



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

**Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas,
Oceánicas y Recursos Naturales**

LICENCIATURA EN TURISMO

**“ESTUDIO SOBRE EL IMPACTO TURÍSTICO QUE HA RECIBIDO LA CIUDAD
DE QUITO AL SER GALARDONADA DESTINO LÍDER DE SUDAMÉRICA EN
EL 2013”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de

LICENCIADA EN TURISMO

Presentado por:

JOHANA MARISOL MONSERRATE JINES

KARLA ROXANNA RIVERA HERRERA

**GUAYAQUIL – ECUADOR
2015**

AGRADECIMIENTO

Agradecemos principalmente a Dios por brindarnos el conocimiento y perseverancia necesaria en nuestra formación personal y profesional.

A nuestros queridos padres, que sin ellos no hubiéramos podido culminar esta etapa, por habernos dedicado su tiempo, inculcado valores importantes y brindarnos la oportunidad de formarnos profesionalmente.

A todas las personas que estuvieron apoyándonos en cada momento importante de este proyecto y nos ayudaron a cumplir nuestro objetivo.

A nuestro querido director de tesis, quien nos brindó su esfuerzo y dedicación para la realización de este trabajo.

A las entidades inmiscuidas en la actividad turística que fueron amables en atendernos y nos brindaron información valiosa necesaria para nuestro estudio.

Johana Monserrate

Karla Rivera

DEDICATORIA

Dedicamos este logro obtenido a nuestros padres, por darnos toda la paciencia necesaria y brindarnos su apoyo y esfuerzo en momentos importantes de nuestra etapa personal y profesional. En especial a mi padre que desde el cielo guía mis pasos.

A nuestra familia, porque son el pilar fundamental de nuestra vida.

A nuestras amigas que siempre estuvieron alentándonos y nos brindaron parte de su tiempo y paciencia para culminar esta gran etapa.

Y demás personas por preocuparse por nosotras, haber formado parte de este proceso universitario compartiéndonos sus enseñanzas, conocimientos y brindándonos sus consejos en aquellos momentos que más lo necesitábamos.

Y dedicamos este trabajo a nosotras, por nunca rendirnos y ser siempre perseverantes.

Johana Monserrate

Karla Rivera

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

M.Sc Wilmer Carvache

Presidente del Tribunal

M.Sc. José Luis Proaño

Director de Tesis

M.Sc. Carlos Albán Alaña

Miembro Principal

DECLARATORIA EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral”.

Johana Monserrate

Karla Rivera

RESUMEN

El presente trabajo tiene como estudio conocer el impacto turístico, en donde nos enfocamos en lo económico y sociocultural de la ciudad de Quito. Primero nos basamos en como ha afectado el turismo en el Ecuador para tomar como referencia y trasladarnos a la capital, damos una reseña general de la historia que ha tenido Quito hasta la actualidad y comenzamos hacer un análisis de la oferta y demanda del sitio para conocer su estado actual. Para poder fundamentar nuestras respuestas se realizaron encuestas a los turistas y residentes, y entrevistas a los entes encargados del turismo en la ciudad y la planta turística.

Nuestro tipo de investigación es descriptiva y creamos nuestros propios indicadores el cual nos ayudó a medir el impacto que ha sufrido la ciudad respecto a lo económico y sociocultural.

Como resultado se obtuvo, que hay un incremento en el sector turístico debido a diversos factores, como es el título que se le otorgó a la ciudad, sin embargo se concluye que este no tiene gran incidencia al momento de elegir el destino.

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE FIGURA

ÍNDICE DE TABLA

ÍNDICE DE GRÁFICA

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1 Descripción del problema	3
1.2 Justificación y relevancia del estudio.....	6
1.3 Objetivos de la investigación	9
1.3.1 Objetivo General.....	9
1.3.2 Objetivos Específicos	9
1.4 Hipótesis.....	10
CAPÍTULO 2.....	11
CONCEPTUALIZACIÓN Y ASPECTOS GENERALES	11
2.1 Marco Conceptual	11
2.2 Características de la ciudad de Quito	26
2.2.1 Aspectos geográficos.....	26
2.2.2 Antecedentes históricos	28
2.2.3 Aspectos socioeconómicos	34
2.3 Historia de los World Travel Awards	36
2.3.1 Quito “Destino Líder de Sudamérica”	41
2.4 Turismo	44
2.4.1 Turismo en la ciudad de Quito.....	44
2.4.2 Inversión turística	49

2.4.3 Impacto turístico	53
CAPÍTULO 3.....	62
METODOLOGÍA	62
3.1 Tipo de investigación	62
3.2 Metodología aplicada	63
3.2.1 Indicadores de Impacto Sociocultural	63
3.2.2 Indicadores de Impacto Económico.....	64
3.3 Métodos para la recolección de datos	65
3.3.1 Técnicas y procedimientos.....	65
3.4 Población y muestra	67
CAPÍTULO 4.....	71
CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TURÍSTICO	71
4.1 Análisis de la oferta turística.....	71
4.1.1 Análisis de atractivos turísticos	71
4.1.2 Análisis de la planta turística	80
4.2 Análisis de la demanda turística.....	84
4.2.1 Perfil del Turista	84
4.2.2 Estacionalidad de la demanda.....	90
4.3 Análisis del entorno competitivo	92
4.4 Análisis FODA de turismo en Quito	95
CAPÍTULO 5.....	97
INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	97
5.1 Resultados Generales	98
5.1.1 Resultados en base a encuestas realizadas a nacionales	98
5.1.2 Resultados en base a encuestas realizadas a extranjeros	106
5.1.3 Resultados en base a encuestas realizadas a residentes	116
5.2 Resultados de encuestas en base a indicadores	120
5.2.1 Indicadores de Impacto Sociocultural	120
5.2.2 Indicadores de Impacto Económico.....	126

5.3 Análisis de los Resultados.....	134
CONCLUSIONES	137
RECOMENDACIONES.....	139
ANEXOS	141
BIBLIOGRAFÍA	172
BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA	173

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Tipos de Viajeros	12
Figura 2: Representación de Oferta Turística	18
Figura 3: Cadena de Impactos Turísticos	21
Figura 4: Grupo de interés de Quito Turismo Stakeholders	46
Figura 5: Cifras de arribos	56
Figura 6: País de nacionalidad del turista de Quito	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Diagrama de desarrollo turístico.....	45
Tabla 2: Principales Inversiones y Montos.....	50
Tabla 3: Ingreso de Divisas al 2 Trimestre del 2013/ Balanza De Pagos.....	54
Tabla 4: Llegadas de extranjeros al Ecuador.....	55
Tabla 5: Principales mercados emisores período enero-septiembre 2014.....	55
Tabla 6: Motivos de Arribos a Quito.....	57
Tabla 7: Indicadores Impacto Sociocultural.....	64
Tabla 8: Indicadores de Impacto Económico.....	65
Tabla 9: Catastro Transporte Turístico.....	81
Tabla 10: Catastro de alojamiento.....	82
Tabla 11: Catastro Alimentos y Bebidas.....	83
Tabla 12: Catastro de agencia de viajes.....	83
Tabla 13: Estancia promedio.....	90
Tabla 14: Estadía media en Quito.....	91
Tabla 15: Recomendación.....	105
Tabla 16: Recomendación.....	115

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Población ocupada en las ramas de actividad.....	35
Gráfica 2: Ecuador: Generación de divisas por exportaciones y turismo.....	54
Gráfica 3: Tasa de crecimiento interanual	58
Gráfica 4: Llegadas de turistas al DMQ	59
Gráfica 5: Llegada de turistas al DMQ 2011-2013.....	59
Gráfica 6: Establecimientos Turísticos de Quito	60
Gráfica 7: Tasa de Ocupación Hotelera (TOH)-porcentajes DMQ	60
Gráfica 8: Tasa de Ocupación Hotelera (TOH) por categorías DMQ	61
Gráfica 9: Establecimientos Turísticos catastrados	81
Gráfica 10: Principales Nacionalidades de visitantes del DMQ 2013.....	84
Gráfica 11: Grupos de edad del turista de Quito	85
Gráfica 12: Nivel de instrucción del turista en Quito	85
Gráfica 13: Motivo de viaje del turista	86
Gráfica 14: Gasto promedio en estadía por turista	87
Gráfica 15: Gasto diario promedio	87
Gráfica 16: Con quién viaja el visitante de Quito.....	88
Gráfica 17: ¿Cómo el turista organiza su viaje?.....	88
Gráfica 18: Medios de información	89
Gráfica 19: Actividades realizadas por turistas en Quito	89
Gráfica 20: Llegada de turistas a Quito por mes	90
Gráfica 21: Estancia promedio turística en la ciudad	91

Gráfica 22: Género.....	98
Gráfica 23: Edad	98
Gráfica 24: Lugar de procedencia del Turista Nacional	99
Gráfica 25: Conoce sobre los WTA.....	100
Gráfica 26: Conoce designación de Quito como “Destino Líder de Sudamérica”	100
Gráfica 27: Sitios que visitan en Quito durante estadía.....	101
Gráfica 28: Días de visita a Quito.....	102
Gráfica 29: Motivo de visita	103
Gráfica 30: Gasto por día.....	103
Gráfica 31: Organización del viaje	104
Gráfica 32: Calificación de la visita	105
Gráfica 33: Motivos de recomendación.....	106
Gráfica 34: Género.....	106
Gráfica 35: Edad	107
Gráfica 36: Nacionalidad	107
Gráfica 37: ¿Conoce sobre los WTA?	108
Gráfica 38: ¿Conoce sobre la designación "Quito Destino Líder de Sudamérica"?.....	109
Gráfica 39: Medios por los que se enteró de Quito	110
Gráfica 40: Sitios que se visitan durante la estadía	111
Gráfica 41: Días de visita.....	112
Gráfica 42: Motivos de Viaje.....	113
Gráfica 43: Gasto por día.....	113

Gráfica 44: Organización del viaje	114
Gráfica 45: Calificación de la visita	115
Gráfica 46: Motivos de recomendación	116
Gráfica 47: Género.....	116
Gráfica 48: Edad	117
Gráfica 49: Procedencia Residentes	117
Gráfica 50: Conoce que Quito ganó el premio como Destino Líder de Sudamérica.....	118
Gráfica 51: Visualiza el incremento de presencia de visitantes extranjeros en la ciudad.....	118
Gráfica 52: Piensa que el turismo ha influenciado de manera positiva	119
Gráfica 53: ¿Su costo de vida ha sufrido incremento por el turismo?	119
Gráfica 54: Residentes satisfechos con el turismo en la ciudad según motivos	120
Gráfica 55: Residentes insatisfechos con el turismo en la ciudad según motivos.....	121
Gráfica 56: Porcentaje de cambios notables en la ciudad.....	121
Gráfica 57: Porcentaje de aspectos en los que debería mejorar la ciudad	122
Gráfica 58: Porcentaje de residentes que presenta mejorías en su estilo de vida	123
Gráfica 59: Porcentaje de residentes que presentan incremento en su costo de vida según motivos	123
Gráfica 60: Porcentaje de residentes que no ha experimentado incremento, ni beneficio en su costo de vida según motivos	124
Gráfica 61: Porcentaje de residentes que conocen la designación de Quito como Destino Líder de Sudamérica según su edad	124

Gráfica 62: Motivo de visita según el tiempo de estadía de turistas nacionales y extranjeros.....	126
Gráfica 63: Porcentaje de lugares más visitados por turistas nacionales y extranjeros según su edad.....	127
Gráfica 64: Tiempo de estadía según el tipo de organización de viaje de los turistas nacionales y extranjeros.....	128
Gráfica 65: Porcentaje de edad de turistas extranjeros según los medios por los que se enteran sobre el destino	129
Gráfica 66: Porcentaje de turistas nacionales y extranjeros que conocen a Quito como Destino Líder de Sudamérica.....	130
Gráfica 67: Porcentaje de turistas nacionales y extranjeros que conocen sobre los World Travel Awards	130
Gráfica 68: Gasto diario según la nacionalidad del turista extranjero	131
Gráfica 69: Gasto diario según el tipo de turista nacional y extranjero.....	131
Gráfica 70: Gasto diario según el tiempo de estadía de turistas nacionales y extranjeros.....	132
Gráfica 71: Porcentaje de residentes que desean invertir en turismo	133
Gráfica 72: Porcentaje del tipo de negocios turísticos en los que el residente quiere invertir.....	133

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Modelo encuesta turista nacional	142
Anexo 2: Modelo encuesta turista extranjero	144
Anexo 3: Modelo encuesta residente	146
Anexo 4: Entrevista Quito Turismo.....	148
Anexo 5: Entrevista Hotel Quito	154
Anexo 6: Entrevista Hotel Radisson Royal	157
Anexo 7: Entrevista Hotel Reina Victoria	159
Anexo 8: Entrevista Hotel Swissotel	161
Anexo 9: Hotel Marriott	163
Anexo 10: Entrevista Metropolitan Touring.....	165
Anexo 11: Entrevista Ecuadorian Tours	167
Anexo 12: Entrevista Tierra de Fuego	169
Anexo 13: Fotos.....	171

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo principal demostrar la situación actual de la ciudad de Quito, en cuanto al impacto turístico que se ha generado a partir de sus múltiples reconocimientos a nivel internacional, comprendiendo el período 2011 – 2013. Siendo el premio otorgado por los World Travel Awards la principal motivación para la realización de este proyecto.

Inclusive se pretende corroborar o desmentir nuestra hipótesis, en donde después de haber tenido un breve análisis del aumento de turistas, conjeturamos que el premio obtenido tiene una gran influencia en estos resultados, inclusive del aumento de divisas.

Para poder conocer dicho impacto nos hemos enfocado en analizar aspectos económicos y sociales usando entrevistas-encuestas y por medio de investigaciones en fuentes bibliográficas. Las entrevistas fueron realizadas a personas que se encuentran inmersas en esta área turística y a entidades representativas del sector, en cuanto a las encuestas, estas fueron realizadas a tres grupos diferentes con la finalidad de tener diversos puntos de vista de acuerdo a su rol en el destino, así tenemos a los residentes (personas que viven en Quito), a los nacionales (personas de cualquier ciudad del país), y a turistas extranjeros (distintas nacionalidades).

El turismo en la ciudad de Quito se ha dado a gran escala debido a varios factores, los cuales forman parte de este estudio, puesto que, es necesario documentar las razones por las que Quito ha crecido como destino turístico. Se pretende obtener datos e información valiosa que nos ayudará a la realización de nuestros objetivos, inclusive este documento servirá como base para futuras investigaciones que puedan partir bajo el mismo tema o relacionado con el mismo.

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En este capítulo se detallan los motivos por los cuales se está haciendo el presente estudio, desde el planteamiento del problema, justificación del estudio, los objetivos que se quieren alcanzar y la hipótesis planteada.

1.1 Descripción del problema

Con el pasar de los años en la ciudad de Quito han venido surgiendo cambios en mejora del desarrollo turístico de la misma, en la cual se han visto involucrados trabajos por parte del Municipio, Ministerios y de empresas privadas pertenecientes a la industria turística que han encontrado en Quito; un lugar digno de ser promocionado alrededor del mundo y principalmente un lugar donde emprender nuevas inversiones, sabemos que todo

cambio genera cambio(oportunidades) y que en la actualidad Quito pasó de ser un destino dentro de Sudamérica a ser el mejor destino para visitar en Sudamérica.

Esta ciudad no ha ganado solo un título, sino varios reconocimientos a nivel mundial en los últimos 3 años, por lo que no se puede hablar de un cambio repentino sino del resultado de varios años de trabajo en el sector turístico que ahora ha dado rendimientos hasta llegar a obtener uno de los mejores reconocimientos para un país sudamericano, como lo es el galardón otorgado por los World Travel Awards “Destino Líder de Sudamérica”.

Existen varios factores que han generado un gran impacto turístico en la ciudad de Quito, uno de los principales es el galardón antes mencionado, motivo por el cual existe la necesidad de documentar cuales han sido los cambios que han surgido en la ciudad para poder alcanzar determinado logro y a partir del mismo, cual es la situación actual de la ciudad en cuanto al sector del turismo y que cambios se planean para seguir mejorando dentro de la industria.

Además de los factores positivos, también se pueden encontrar factores negativos en los cuales se han tomado medidas para mitigar dichas complicaciones. A continuación podemos observar los principales factores negativos que ha atravesado la capital.

En la ciudad de Quito y sus destinos turísticos se puede encontrar un índice de la delincuencia que amenaza a visitantes extranjeros y nacionales, lo cual da una mala imagen

de inseguridad en la ciudad. Esta actividad perturba a la economía local, por lo cual se deben tomar medidas urgentes para contrarrestar el problema.

Según la encuesta de “Victimización del 2008, última encuesta nacional y oficial”, la provincia de Pichincha es considerada como la tercera con el más alto índice de Victimización. El Servicio de Seguridad Turística de la Policía Nacional, fue creado a pedido del Gobierno Municipal en el año 1998 con el fin de dar información y proteger a los turistas nacionales y extranjeros de la capital. En conjunto con el servicio de Seguridad Turística de la Policía Nacional y con la empresa de Quito turismo se han ido logrando acciones que beneficien a la actividad turística y esta pueda ser percibida a nivel internacional como un destino seguro para visitar, este trabajo debe realizarse con gran responsabilidad por parte de todos los actores involucrados.

Otro problema que se pudo encontrar para el 2013 es la guianza turística informal los cuales ejercían su trabajo sin la correspondiente licencia de ejercicio profesional; según el Reglamento General de Actividades Turísticas, Capítulo IV de los guías profesionales de turismo, Art. 118.-“Son guías profesionales de turismo los profesionales debidamente formados en instituciones educativas reconocidas y legalmente facultadas para ello, que conducen y que dirigen a uno o más turistas, nacionales o extranjeros, para mostrar, enseñar, orientar e interpretar el patrimonio turístico nacional y procurar experiencias satisfactorias durante su permanencia en el lugar visitado”. Es primordial enfatizar que los guías profesionales son grandes actores del turismo receptivo. A través del MINTUR se

planteó identificar y registrar a todos los guías para que el cumplimiento de sus actividades estén regidos al marco legal; la provincia de Pichincha pertenece a la Coordinación Zonal 2, la cual realizó un encuentro con los delegados de ASEGUITUR (Asociación de Guías de Turismo), ASEGUIM (Asociación de Guías de Montaña), en el que se tomaron medidas para aminorar la actividad informal, dentro de estas se realizó un operativo de control en los sitios de interés turístico con mayor afluencia y priorizar la actividad turística del Ecuador.

A pesar de la existencia de estos problemas el Municipio sigue trabajando constantemente para poder erradicar y lograr que la ciudad tenga un buen desarrollo turístico. Actualmente el sector turístico de Quito es el eje dinámico del desarrollo y representa una de las fuentes más importantes de ingresos económicos.

1.2 Justificación y relevancia del estudio

World Travel Awards (WTA) es una premiación con 20 años de trayectoria la misma que reconoce y celebra la excelencia en todos los sectores de la industria turística y de los viajes alrededor del mundo. Los galardones cuentan con categorías propias que abarcan todos los continentes. Estas nominaciones se realizan por recomendación de distintos profesionales de la industria del turismo. Los lugares que ganan este premio se visibilizan en las publicaciones de una amplia red de medios. Estos incluyen al International Herald Tribune, Arabiya CNBC, Newsweek, Traveller Outlook, China Travel & Leisure, Khaleej Times, Arabia Comercio, TTN, TravTalk India, Publituris, la revista

ABTA, la Red de ASTA, Noticias de última hora de viajes, eTurbo News, Focus on Travel News, Revista Pasaporte y viajeros de National Geographic. (Diario Hoy, 22 de Julio 2013).

La votación para elegir los destinos nominados en las diferentes categorías, se realiza vía internet por medio de la página web de los World Travel Awards donde se debe seleccionar el destino preferido y posterior a esto se debe registrar en la página para validar el voto.

Desde 1993 que iniciaron los WTA, nunca antes se habían celebrado en Latinoamérica, sin embargo fue el 20 de Julio de 2013 que se celebró en Lima – Perú en la edición “South & Central América”. En esta edición fue incluida la ciudad de Quito, dentro de la categoría “Destino líder de Sudamérica”, donde luego de aproximadamente dos meses de votación y con el voto de personas de 171 países del mundo, este destino ganó la nominación.

Cabe destacar que por sus relaciones económicas y sociológicas la actividad turística ha recibido un significativo rol en el desarrollo del Ecuador. Dentro del país es un sector que constituye una relevante aportación a la economía, es el motor que va tomando fuerza dentro del PIB, también es fundamental en el bienestar del ser humano y como actividad sustentable para crear un escenario de progreso donde los entornos involucrados salgan beneficiados. Puede ser uno de los primeros causantes de empleos generando una baja de cargos ocupacionales, haciendo ascender el ingreso per capital de la ciudad, interviniendo

en la balanza de la inversión, haciendo crecer el gasto social y beneficiando al ingreso de divisas, lo cual favorece el incremento económico del país.

Quito, Luz de América, que con el pasar de los años ha recibido diferentes reconocimientos en el sector turístico tanto por su arquitectura, su historia, su diversidad cultural y étnica, sus condiciones geográficas, su ubicación que es uno de sus principales atractivos al estar situada en la mitad del mundo, su gastronomía y en general la industria turística que se ha desarrollado, digna de una Capital, ha logrado ser el motor de consumo y comercialización de bienes y servicios, es el eje de traslados migratorios y ocupa el cuarto puesto como fuente de ingreso de divisas no petroleras al Ecuador después del banano, el camarón y los derivados del mar.

El turismo es una actividad de carácter multifacética para lo cual el Ministerio de Turismo acrecentará su presupuesto anual de 40 millones de dólares en el 2013 a 660 millones de dólares para los siguientes cuatro años. El Ministerio de Turismo, buscando una adaptación integral, se encuentra fomentando un proceso participativo entre los sectores privado empresarial, público, comunitario, no gubernamental, académico y de cooperación internacional para “desarrollar un turismo sostenible que ofrezca oportunidades de visitas inolvidables, ofreciendo bienestar y gestionando de la mejor manera los recursos culturales y naturales”. Plandetur 2020.

Esta ciudad declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco en 1978, en los últimos años ha ido creciendo turísticamente, siendo reconocida internacionalmente, ganando espacio en diferentes nominaciones y concursos del sector turístico; en el año 2008 se incluyó a Quito en la lista "A dónde ir en el 2008" promovida por el New York Times, en el año 2011 fue elegida por el Buró de Capitales Culturales (IBOCC) como "Capital Americana de la Cultura 2011" y en el año 2013 la revista Traveler de National Geographic incluye a Quito dentro de los 20 lugares que visitar en el 2013. El más reciente y mayor reconocimiento obtenido fue el de Destino Líder de Sudamérica otorgado por los World Travel Awards conocidos también como el "Óscar del turismo", el mismo que es el eje principal de esta investigación.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Determinar el impacto económico y social, y desarrollo turístico de la ciudad de Quito a partir de la obtención del título de Destino Líder de Sudamérica otorgado por los World Travel Awards en el año 2013.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar los trabajos que ha realizado el municipio en cuanto al sector turístico en los últimos 3 años que lo llevó a la obtención del premio.

- Evaluar el involucramiento de los distintos sectores de la planta turística que se desarrollan actualmente en la ciudad.
- Medir el crecimiento económico del sector turístico dentro de la ciudad en los últimos tres años.
- Conocer el perfil del turista que llega a Quito para determinar el mercado actual al que se dirige la ciudad.
- Generar un documento que demuestre la situación actual de Quito y el desarrollo que ha tenido en los últimos tres años.

1.4 Hipótesis

Al recibir el galardón, la ciudad de Quito ha generado un aumento de turistas, lo que ha conseguido que más divisas ingresen y se queden en el país.

CAPÍTULO 2

CONCEPTUALIZACIÓN Y ASPECTOS GENERALES

El capítulo abarca todas las definiciones de términos que se usarán en el presente estudio, así también los diferentes aspectos generales y característicos de la ciudad de Quito, como su historia, antecedentes socioeconómicos, de la misma manera la historia y procesos de los World Travel Awards, finalmente un análisis sobre el turismo en la ciudad y la inversión e impacto turístico que se ha generado en los últimos años.

2.1 Marco Conceptual

Para una mejor comprensión de la investigación es necesario disponer de información de soporte como es el listado de definiciones importantes acerca del turismo, en que se apoyen los trabajos y las acciones que se pretenden efectuar.

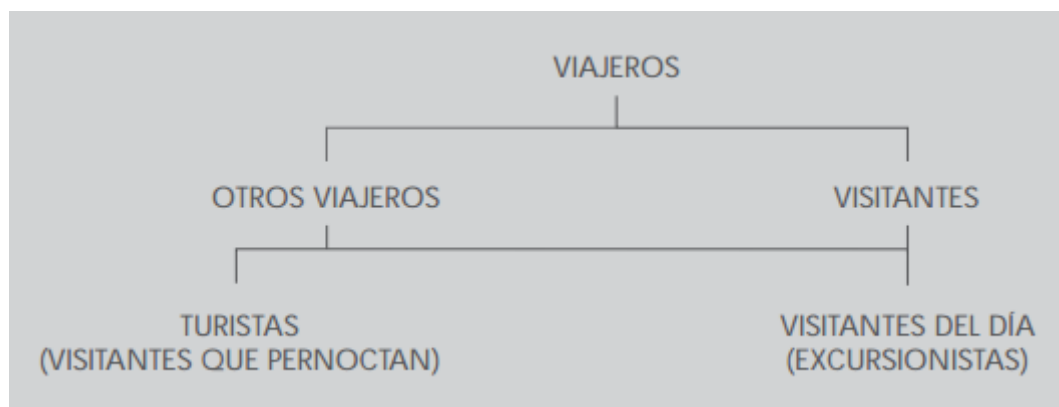
Turismo

Según la OMT 1994 (Organización Mundial del Turismo) se define turismo como: “Todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros.”

Turista

Según la OMT para el conjunto del sistema de estadísticas del turismo, todos los viajeros relacionados con el turismo se denominan “visitantes”, los cuales se dividen en “visitantes internacionales” que se define como “toda persona que viaja, por un periodo no superior a 12 meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado” y dentro de esta categoría se encuentran los turistas que se define como “un visitante que permanece por lo menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado. (Introducción al turismo, OMT).

Figura 1: Tipos de Viajeros



Fuente: Introducción al turismo OMT

Stakeholders

Se refiere a cualquier grupo o persona que pueda afectar o ser afectado por el logro de los propósitos de una corporación. Stakeholders engloba a los empleados, clientes, proveedores, accionistas, bancos, ambientalistas, gobierno u otros grupos que puedan ayudar o dañar a la corporación. (Freedman, 1984).

Actividad turística

Según la OMT (1998) la naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente, se distinguen cuatro elementos básicos que son la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores del mercado.

Desarrollo turístico

Puede definirse como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, puede también incluir los efectos asociados como la creación de empleos o generación de ingresos. (Pearce, 1991).

Recurso turístico

El recurso es la materia prima del producto turístico. Se diferencian entre recursos vinculados con la naturaleza, la cultura viva, la historia y los recursos creados (acontecimientos especiales, etc), y otros. (Altés Machín, 1993).

Atractivo turístico

Son los recursos que han sido transformados y mejorados para ofertarlos como un producto turístico. Es todo lugar, objeto de interés turístico en un área determinada y se clasifica en cinco categorías: sitios naturales; museos y manifestaciones históricas culturales; folclore; realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados. (Cárdenas, 1991).

Gasto Turístico

Se refiere al total pagado por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. (Glosario OMT, 2007).

Cultura

Según declaración de la “Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales” en 1928 la cultura se puede considerar como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social.

Patrimonio Cultural

La definición de la UNESCO sobre patrimonio cultural distingue el patrimonio tangible del intangible. El patrimonio tangible incluye el patrimonio arquitectónico y arqueológico. Por su parte, el patrimonio intangible abarca las siguientes categorías: las lenguas, la tradición oral, las técnicas culturales, etc.

Turismo cultural

Según la definición de la UNESCO en 1976 “El Turismo Cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Tiene un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye –para satisfacer sus propios fines– a su mantenimiento y protección. Esta forma de Turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada” (Carta del ICOMOS adoptada en Bruselas en 1976).

Turismo interno

El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor. (Glosario OMT, 2007).

Turismo receptivo

Se refiere a las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico (Glosario OMT, 2007).

Turismo emisor

El turismo emisor abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno. (Glosario OMT, 2007).

Servicio turístico

Según la American Marketing Association, los servicios son aquellas actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen a la venta. Este concepto puede ser complementado con el de la teoría económica que intenta su definición al considerar al servicio como “resultado de la actividad productora”. Por la amplia gama de posibilidades que brinda este sector, se lo llama sector terciario de la economía. Últimamente se ha comenzado a hablar de la industria de servicios, refiriéndose a las actividades que en su desarrollo utilizan técnicas, metodología y procesos propios del sector industrial, como es el caso de los servicios turísticos. (Nélida Chan, 1994).

Oferta turística

“Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (Introducción al Turismo, OMT) en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turistas. La oferta turística no se trata solamente de una suma de productos turísticos, sino más bien la integración de los servicios turísticos y los no turísticos que componen la imagen completa del destino.

Para poder identificar los integrantes de la oferta turística la OMT (1996) emplea el concepto de “gasto turístico” que se define como “todo gasto de consumo efectuado por un visitante, durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino”, dentro de las categorías que se incluyen como gasto turístico están:

- Alojamiento
- Alimentación
- Transporte
- Ocio, Cultura, actividades deportivas
- Compras
- Otros

Dentro de estas no se incluye Agencias de viajes debido a que es considerada como una actividad de intermediación entre la oferta y la demanda, es decir que estas comercializan la oferta turística de determinado destino.

Las condiciones para que las actividades puedan establecerse como oferta turística son:

- Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas.
- Estos establecimientos deberán vender su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto la mayoría de sus clientes sean turistas.

Figura 2: Representación de Oferta Turística

Fuente: McInthos y Goeldner, 1990.

Fuente: Mcinthos y Goeldner, 1990

Demanda turística

Según la OMT, el concepto de demanda turística está relacionado con el proceso de toma de decisiones que las personas realizan constantemente en la planificación de sus actividades de ocio y por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores, no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos. (Introducción al Turismo, OMT)

La definición de demandad turística es bastante amplia, debido a que contiene a las personas que viajan y los que no viajan por alguna razón. Por lo tanto se puede clasificar en:

- Demanda efectiva o actual: se refiere al número actual de personas que participan de la actividad turística, es decir, los que efectivamente viajan.
- La demanda no efectiva: es el sector de población que no viaja por algún motivo, estos pueden ser la demanda potencial que son aquéllos que viajarán en el futuro, y la demanda diferida, que son los que no ha podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta.

Planta turística

Son todas las empresas que facilitan la permanencia del turista en el destino proporcionando servicios de alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc. (Boullón, 1985).

PIB

Es el valor total de la producción corriente de bienes y servicios finales dentro del territorio nacional durante un período de tiempo que generalmente es un trimestre o un año. (Jaúregui, 2001).

Impacto Turístico

Desde el siglo XIX se realizaron los primeros relatos y trabajos escritos referidos al turismo, la importancia del turismo fue primeramente estudiada por varios investigadores alemanes como Glucksmann, Schwink, Bormann, etc.

Se denomina impacto a dichas consecuencias generadas por el turismo, el cual se puede analizar a través de tres parámetros: impacto económico, impacto socio cultural e impacto medio ambiental; para la cual se deben tomar medidas de gestión que permita regular los impactos y cambios inducidos por el turismo dentro de unos parámetros establecidos.

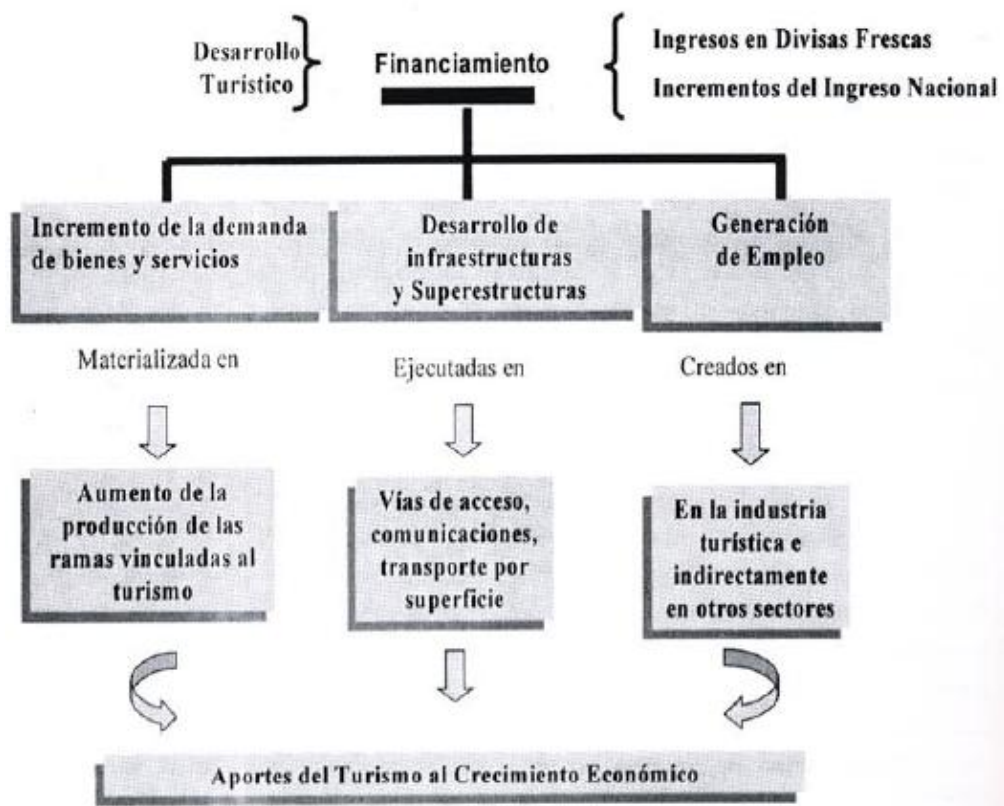
Según el profesor Andrés Pedreño (1996) “El turismo, en muchos casos es el único elemento de dinamización económica de una sociedad o grupo social concreto, bien para salir del subdesarrollo crónico, bien para recuperarse del declive de otras actividades antaño prósperas”.

El turismo tiene influencia en la economía, el entorno en el que se desarrolla, tanto ambiental como en las áreas con edificaciones relacionadas, en la población de los lugares que son visitados y en las personas que visitan los lugares. Por lo cual se puede decir que el turismo provoca diversos impactos en los distintos sectores que abarca.

El impacto económico en el turismo constituye una actividad importante puesto que es una gran fuente importante de divisas que compensa completo o parcialmente los déficits por

cuenta corriente. La actividad turística crea movimientos de capital entre diferentes regiones o países, entonces se dice que mientras el turismo receptor genera entrada de flujos de dinero, el turismo emisor genera salidas de fondos al extranjero. También debemos tener en consideración los aspectos negativos de la actividad, en algunos casos el desarrollo del turismo puede provocar una inflación debido a la presión de la demanda.

Figura 3: Cadena de Impactos Turísticos



Fuente: (Quintero, J. 2004) “Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible”

El impacto sociocultural se desarrolla en un espacio abierto y puede tener efectos sobre la población local o residente. El impacto se asocia al contacto directo entre el turista y los residentes, lo que provoca cambios en la vida de la gente que habita en los destinos

turísticos. Para que el turista obtenga una experiencia turística integral, el turista debe interrelacionarse con la sociedad y cultura del destino escogido; estos efectos pueden ser positivos o negativos. Los impactos sociales son los cambios que se dan en la vida de la gente que reside en los destinos turísticos, y se relaciona al contacto directo entre residentes y turistas. Los impactos culturales son los cambios que se dan en las artes, útiles, costumbres, rituales y arquitectura de la comunidad local, cambios a largo plazo que son resultado del desarrollo turístico. Los impactos culturales pueden afectar a la memoria colectiva y provocar una pérdida de identidad. Un aspecto favorable es el intercambio cultural entre ambas partes.

Según De Kadt (1979), la relación entre turistas y residentes se constituye principalmente en tres tipos de contacto:

- 1) Compra de bienes y servicios.
- 2) Compartición de recursos turísticos (playas, entretenimientos, etc.).
- 3) Establecimiento de un intercambio de información, de ideas, etc.

El turismo contribuye a:

- La preservación y rehabilitación de monumentos, edificios, lugares históricos.
- La revitalización de las actividades y costumbres locales como la artesanía, el folclore, los festivales, la gastronomía, etc.

El impacto medioambiental genera la contaminación, depredación, deforestación que genera el impacto turístico, a raíz de esto se fueron tomando medidas de conservación y mejoramiento de la calidad ambiental. El turismo es un gran derrochador de recursos naturales que es base primordial de su avance, pero también es un gran dinamizador de la economía local y nacional, el turismo también ayuda la revalorización del entorno natural. Un ejemplo es la creación de parques nacionales, con el objetivo de preservar la flora y fauna autóctona y espacios de belleza paisajística. El programa de la Unión Europea “Banderas Azules” ayuda a que la comunidad tome conciencia de la importancia de los recursos naturales.

Indicadores de impacto turístico

Los indicadores básicos de impacto turístico son el punto de partida para medir el nivel de sostenibilidad del turismo en el destino. El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (Unión Europea, 2013) ha establecido 27 indicadores básicos, divididos en cuatro secciones (gestión del destino, impacto medioambiental, valor económico e impacto social y cultural) de las cuales se tomará como referencia las dos últimas para la creación de indicadores de impacto turístico de la presente tesis:

Indicadores básicos de valor económico

- **Flujo turístico en el destino (volumen y valor)**
 1. Número de turistas que pernoctan al mes
 2. Gasto diario por turista (alojamiento, A&B, otros servicios)

El volumen y valor del turismo son principales para la sostenibilidad económica de un destino. Cuanto más elevado sea el gasto por día, más eficiente será el destino en la generación de valor turístico.

- **Resultados de la(s) empresa(s) turística(s)**

1. Duración media de la estancia de un turista (noches)
2. Tasa mensual de ocupación en alojamiento comercial y media anual

La duración media de la estancia de los turistas, en número de noches, es uno de los indicadores más importantes de las empresas de alojamiento. Cuanto más tiempo se queden los turistas, mayores serán el margen de beneficio de la comercialización y venta y el impacto en la hotelería.

- **Cantidad y calidad de empleo**

1. Empleo turístico directo como porcentaje del empleo total

Estos indicadores no solo miden el número de puestos de trabajos creados, sino también la calidad de empleo en el sector.

- **Seguridad y salud**

1. Porcentaje de empresas turísticas sometidas a inspección de incendios en el último año.

Conocer que propiedades han sido inspeccionadas mejora la coordinación entre departamentos y ayuda a garantizar que la empresa no evite sistemáticamente la inspección.

- **Cadena de suministros del sector turístico**

1. Porcentaje de empresas turísticas que participan activamente en iniciativas para surtirse de productos y servicios locales, sostenibles y de comercio justo.

Vincular las empresas turísticas a los productores y proveedores locales de productos y servicios relacionados con el turismo ayuda a multiplicar el impacto económico en el destino.

Indicadores básicos de impacto social y cultural

Los indicadores de impacto social y cultural se centran en los efectos que tiene el turismo en los residentes y en el patrimonio cultural del destino.

- **Impacto comunitario/social**

1. Número de turistas/visitantes por cada 100 residentes

La satisfacción de los residentes es un indicador básico del impacto social del turismo en una comunidad.

- **Igualdad de género**

1. Porcentaje de empleo masculino y de empleo femenino en el sector turístico

Es importante que las estadísticas de empleo en el sector turístico se analicen por género, para dar a conocer la situación al público.

- **Igualdad/accesibilidad**

1. Porcentaje de alojamiento comercial con habitantes accesibles para las personas con discapacidad o que participan en planes de accesibilidad reconocidos.
2. Porcentaje de atracciones para visitantes accesibles para las personas con discapacidad o que participan en planes de accesibilidad reconocidos

El turismo sostenible es aquel que está abierto a todos y derriba las barreras al acceso. Llevar un seguimiento de los alojamientos y atracciones que se preocupan por las personas con discapacidad ayuda a concienciar sobre la necesidad de estas instalaciones.

- **Protección y valorización del patrimonio cultural y la identidad y los activos locales**

1. Porcentaje del destino cubierto por una política o plan de protección de patrimonio cultural.

2.2 Características de la ciudad de Quito

2.2.1 Aspectos geográficos

La ciudad de Quito está ubicada al noroeste del Ecuador, en el centro de la provincia de Pichincha, al suroeste de la hoya del río Guayllabamba, al lado occidental de la Cordillera de los Andes (-0.1865943,-78.4305382) atravesada por la línea equinoccial de

este a oeste, cuenta con una superficie de 444.802 hectáreas, con aproximadamente 80 km de largo y 5 km de ancho de extensión y una altitud aproximada de 2800 msnm.

Limita al norte con Imbabura, al sur con los cantones Mejía y Rumiñahui, al este con el cantón Pedro Moncayo y la Provincia de Napo, y al oeste con los cantones Vicente Maldonado, Los Bancos y la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. La geografía de Quito es un atractivo más de su belleza puesto que encuentra rodeada por nevados, montañas y volcanes de las cordilleras Occidental que van de norte a sur, como lo son el Pululahua, el Casitagua, el Pichincha, el Atacazo, el Corazón y el Illiniza. Los volcanes de la Cordillera Central que la rodean son el Cayambe, el Cusinurcu, el Saraurcu, el Puntas, el Pambamarca, el Filocorrales, el Sincholagua, el Antisana, y el Cotopaxi. Además entre las dos cordilleras existen varios volcanes como el Mojanda, Ilaló, Pasochoa y Rumiñahui.

El clima de Quito es templado, las temperaturas varían entre los 10 grados centígrados usualmente por las noches y 24 grados centígrados por el día, las temperaturas más bajas se dan en las madrugadas que llegan a los 2 grados centígrados, sin embargo se puede decir que el clima de Quito es tan variable que puede estar nublado en la mañana, hacer sol en la tarde y llover por la noche.

Tiene dos períodos climáticos bien marcados en el transcurso del año, seco y lluvioso, siendo el período seco entre los meses de Mayo a Septiembre, donde Junio y Agosto son los meses más calurosos presentando más vientos, condiciones por las cuales en esta época

se producen incendios forestales. El período lluvioso va desde enero hasta abril, los meses más húmedos son marzo y abril que suelen venir acompañados de granizo.

Quito se divide en 3 zonas; norte, centro y sur, donde se puede ver la diferencia y los contrastes de su arquitectura y de su cultura. Al norte se encuentra el Quito Moderno, donde se levantan edificaciones del siglo XXI y se desarrolla la zona financiera de la ciudad. El centro de Quito más conocido como el Quito Antiguo, donde se nació la ciudad con la estructura de sus calles empinadas y la arquitectura de siglos pasados. Y finalmente el sur de Quito, donde se han desarrollado también conjuntos residenciales.

2.2.2 Antecedentes históricos

Quito es una ciudad cargada de historia, y esta misma es la que ha dado paso a que hoy sea la gran ciudad en la que se ha convertido.

Orígenes de Quito

La ciudad de Quito originalmente era ocupada por la tribu de los Quitus, quienes solo ocupaban el territorio que actualmente se conoce como ciudad vieja o centro histórico, llegaron antes de los incas y de los conquistadores de España, y es ahí de donde se origina el nombre de Quito.

Posteriormente en el período de integración (2000 a.C.) llegan los Caras a la zona de Esmeraldas y Manabí, fundaron Bahía de Caráquez, y luego avanzaron a la Cordillera, donde los Quitus fueron sometidos por los Caras los cuales se fusionan y empiezan una transformación haciendo avances en la arquitectura de la ciudad, y a los que también se le atribuye la construcción del primer templo del Sol o Panecillo, y posteriormente construyeron el templo de la Luna en la elevación de Yanacauri. (Álvarez, 2009).

Al finalizar el siglo XV llegan los Incas desde Cuzco a los territorios de Quito, guiados por Huayna Cápac, y quienes someten a los Quitu-Caras hasta integrarlos en los que se denominaría el Tahuantinsuyo, lo que se convertiría en un gran imperio. Huayna Cápac trato de hacer que Quito sea una ciudad semejante a Cuzco, siendo este el eje político del Imperio. Esta ciudad Inca estaría asentada en lo que actualmente es la Plaza San Francisco.

A la muerte de Huayna Cápac, sus hijos Huáscar y Atahualpa empieza una guerra por gobernar los territorios del Imperio, ganando Atahualpa quien no tuvo la oportunidad de gobernar por mucho tiempo debido a que vendría la conquista española dicha región.

Conquista española

El 12 de Octubre de 1492 empieza el proceso de colonización en el continente americano. Se empiezan expediciones hacia nuestros territorios al enterarse que existía un imperio en el sur, las mismas que fueron iniciadas por Francisco Pizarro y Diego de Almagro en 1524, y en 1531 llega Pizarro a costas peruanas y enterado del triunfo de Atahualpa en el Imperio

Inca, lo invita a reunirse con él para posteriormente tomarlo prisionero en una emboscada, y darle muerte en 1533.

Una vez ejecutado Atahualpa inician con la conquista del imperio, que se lograría después de varias batallas en busca de las riquezas del imperio. Rumiñahui aparece con frente de aborígenes en contra de la conquista española, sin embargo posteriormente fue ejecutado por los españoles en las exploraciones por la búsqueda del tesoro. (Álvarez, 2009).

El 6 de Diciembre de 1534 finalmente Sebastián de Benalcázar realiza la fundación de San Francisco de Quito con tan solo 204 colonos, las primeras casas que se levantaron una vez al mando de los españoles fueron construidas con adobe, piedra y las cubiertas de paja, los mismos materiales con los que se habían construido la ciudad antes de la llegada de los españoles.

Colonización

Luego de la conquista vendría la época de la colonización, durante este periodo empezaría el proceso de dominio de la ciudad en los que se aplicarían medidas políticas, sociales y económicas para consolidar a su pueblo. Se presentó la estratificación social puesto que empezó la división de la ciudad en dos sectores; la parte del centro que era exclusiva para españoles y las autoridades de la ciudad y los sectores aledaños que era para los pobladores indígenas.

“Entre 1.530 y 1.593, el asentamiento del poder colonial se va dando con las fundaciones de ciudades, diócesis, virreinos, capitanías, gobernaciones, y audiencias. Las ciudades hispánicas se fundaron desde el inicio conservándose algunos asentamientos indígenas”. (Álvarez, 2009).

En esta época, se construirían grandes edificaciones principalmente por las misiones católicas. Para el siglo XVI empezarían las construcciones de grandes iglesias como San Francisco, San Agustín, La Catedral y Santo Domingo. Debido al crecimiento y desarrollo de la ciudad, paso a ser Real Audiencia de Quito en 1563, que en ese entonces era el Supremo Tribunal de Justicia del Territorio.

La Iglesia católica tendría mucha influencia en la arquitectura de la ciudad y en la identidad de las personas de aquella época. Poco a poco fueron ganando poder político y económico, se encargaron de dirección de colegios, la cultura, el arte, crearon la primer escuela de artes y oficios que posteriormente sería “La Escuela Quiteña” una escuela de arte que en los próximos años daría como fruto a los mejores artistas de la época.

En el siglo XVII vinieron tiempos de crisis en la Real Audiencia, debido a la elevación de impuestos, la entrada de telas europeas de Europa, produjo la baja del mercado textil, la supresión de mitas y obrajes, imposición de nuevos impuestos, lo cual lleva a los indígenas a levantarse contra el gobierno. (Ayala, 1998).

En el siglo XIX empiezan importantes movimientos en pro de la Independencia de la región motivados por la Revolución Francesa, los quiteños se veían en la necesidad de cambiar su modelo de vida y apartarse de la conquista española. Empezaron por crear movimientos independentistas conformados por terratenientes criollos que poco a poco fueron alcanzando poder económico y político hasta que el 10 de Agosto de 1809 se da el Primer Grito de Independencia, es por eso que también se la conoce como “Quito Luz de América”, a raíz de esto ocurren matanzas por parte de los españoles a los gestores de la Independencia.

Sin embargo después de casi 20 años, continúan las diferentes ciudades con la idea de la independencia y es cuando se independizan Guayaquil y Cuenca en 1820, y finalmente el ejército del Gral. Antonio José de Sucre con el apoyo de Simón Bolívar, luchan por la Independencia del Ecuador, en una batalla de en las faldas del volcán Pichincha el 24 de mayo de 1822 y nace Ecuador como país y Quito se convierte en la Capital del mismo. (Enrique Ayala Mora)

Época Republicana

Este periodo empieza en 1830, cuando nace Ecuador como república, la misma que se conforma por tres departamentos, Guayaquil, Quito y Cuenca; Quito a partir de ese momento pasa a ser la capital del poder político del mismo.

Durante el gobierno del Gral. Gabriel García Moreno (1860-1865 1869-1875) ocurren varios sucesos como el inicio de la construcción del ferrocarril, la creación de varias escuelas y colegios que hacen ver un cambio notable en Quito sobretodo en la arquitectura adoptando formas europeas tanto en la edificación de edificios, bulevares, avenidas, parques.

Alejandro Martínez Estrada en su libro “Historia del Ecuador” redacta que es en esta época cuando se realza la importancia de Quito como el centro del poder administrativo y Guayaquil se consolida como el puerto exportador más importante del Ecuador.

Para el siglo XX con la llegada al poder el Gral. Eloy Alfaro vienen más hechos importantes, se concluye la construcción del ferrocarril que unía a Quito y Guayaquil, de esta forma se impulsa el comercio en el país, y se desarrolla la cultura laica como un proyecto de identidad nacional, lo que provoca cambios tanto en lo social, económico y cultural; en lo urbano se producen cambios arquitectónicos como la “construcción de bancos, teatros, escuelas, colegios públicos, pasajes comerciales y barrios residenciales con nuevas tipologías arquitectónicas”. (Guía Arquitectónica, Evelia Peralta, Rolando Moya).

Con la depreciación del cacao se detienen los cambios en la ciudad de Quito hasta 1942 que aparece el primer plan regulador de Quito que transformo el modelo urbanístico de la ciudad, creando jardines, estableciendo las zonas del sur y norte iniciada en el sector de La Mariscal. (Álvarez, 2009).

De 1948 a 1960 fueron años de prosperidad para la ciudad, el comercio se dinamizó debido a la exportación del banano, se empieza el desarrollo de planes viales, educación, creación de urbanizaciones residenciales, edificios públicos y multifamiliares, viviendas pequeñas para trabajadores y empleados. (Martín, 1985).

Con el fin de organizar el tránsito en la ciudad en 1967 se establecen 4 unidades de planificación; sur, centro histórico, centro de servicios generales y norte. (Álvarez, 2009).

Varios sucesos han surgido desde ese entonces y Quito siempre ha sido parte importante de la historia del país, y es por esto que en 1978, la UNESCO declara a Quito como Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad en un intento de preservar la arquitectura colonial y la historia de la misma.

2.2.3 Aspectos socioeconómicos

Quito es la capital del Ecuador; la segunda ciudad más poblada del país, cuenta con una población total de 2,2 millones de habitantes aproximadamente según el censo nacional realizado por el INEC en el año 2010, la cual ha tenido un crecimiento poblacional del 2.18% anual con respecto al censo anterior. Del total de la población, 1'097,521 habitantes de Quito pertenece a la Población Económicamente Activa (PEA), existe un nivel de ocupación del 65,67%, una desocupación del 4.3% y un porcentaje de analfabetismo del 3%.

La sociedad quiteña se ha desarrollado en un contexto muy tradicional, desde los inicios de Quito como tal, y una de las principales actividades económicas a la que se dedican los quiteños es el comercio al por mayor y menor, el cual también es el mayor generador de empleo (INEC, 2010), sin embargo los sectores de manufactura salud y enseñanza han ido creciendo en la capital para convertirse en los segundos generadores de empleo. Para el 2013 en la capital el nivel de vida promedio por el PIB per cápita llegó a los \$5.773 (INEC, 2010).

Gráfica 1: Población ocupada en las ramas de actividad



Fuente: Quito en cifras coyuntura Distrito Metropolitano de Quito, primer trimestre 2014

Según el portal web de la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica, en su publicación de febrero de 2014, en la actualidad, Quito es considerada la capital económica del Ecuador un título con el que hasta el año 2013 se lo reconocía a Guayaquil, esto debido a que en la actualidad es Quito el que registra el mayor número de empresas y es donde se evidencia el mayor movimiento económico del país. Del total de empresas en el Ecuador, el 19% se registran en Quito y el 14% en Guayaquil.

Quito es la ciudad con el mayor porcentaje de trabajadores en ocupación plena en donde la afiliación de los trabajadores al seguro social aumento en un 12,48% entre el 2009 y 2012. Estas cifras reflejan el crecimiento que ha ido teniendo la ciudad con el pasar de los años en los diferentes sectores económicos que se han desarrollado dentro de la misma, los mismos que generan empleo y mejoran la calidad de vida de la sociedad que la conforma.

2.3 Historia de los World Travel Awards

World Travel Awards fue fundado por Graham E. Cooke en 1993, con el objetivo de crear un programa de premios definitivos para el sector turístico a nivel mundial. De esta forma en cada gala realizada se reconoce y se da a conocer el esfuerzo de cada una de las organizaciones involucradas en el sector turístico por su trabajo en el año. La primera ceremonia de los World Travel Awards se realizó en el año 1994 en los Estudios Universal de Hollywood. Cerca de 1400 personas de la industria del turismo se reunieron en esta gala, con gran expectativa de los organizadores y los asistentes.

Año tras año los World Travel Awards han ido creciendo, la premiación se realiza en diferentes partes del mundo, con diferentes categorías en cada una de las regiones:

- World
- Africa
- Australasia
- Caribbean
- Central America
- Europe
- Middle East
- North America
- South America

Para 1994 contaba con 15 categorías a nivel mundial:

- World's Leading Airline
- World's Leading Airline Inflight Entertainment
- World's Leading Airport
- World's Leading Car Rental Company
- World's Leading Casino Resort
- World's Leading Conference & Convention Centre
- World's Leading Credit Card for Travellers
- World's Leading Cruise Line
- World's Leading Cruise Port

- World's Leading Ferry Operator
- World's Leading Gambling Destination
- World's Leading Global Distribution System
- World's Leading Hotel Group
- World's Leading Independent Resort
- World's Leading Tourist & Convention Bureau

Sin embargo, para cada una de las regiones tuvo las siguientes categorías:

- Leading Airline
- Leading Hotel Group
- Leading Tourist & Convention Bureau

Hasta el año 2007 se celebraba una ceremonia anual en donde se premiaba a todas las categorías antes mencionada, sin embargo en ese año se implementó la idea del Gran Tour, celebrando de esta forma no solo una ceremonia, en la actualidad se celebra una ceremonia por cada región a premiarse. En cada gala se elige a los ganadores y se revela la siguiente sede para el siguiente año.

En la actualidad los World Travel Awards tienen alrededor de 75 categorías por región en la que se celebran los premios, entregando reconocimientos desde las aerolíneas de primera clase, de bajo costo, hoteles lujosos, campamentos de lujo, lodge de lujo, marcas de hoteles, resort para luna de miel, etc.

Proceso de selección y Nominación

Las nominaciones de los World Travel Awards tienen un proceso, primero se escogen los destinos de cada país mediante los siguientes criterios:

1. Ganador del premio en el país del año anterior y dos subcampeones
2. Auto-nominaciones revisadas y aprobadas
3. Recomendaciones a World Travel Awards revisadas y aprobadas

Luego del primer proceso de selección, se eligen los nominados a premios regionales bajo los siguientes criterios:

1. Ganador del premio regional del año anterior y dos subcampeones
2. Auto-nominaciones revisadas y aprobadas
3. Recomendaciones a World Travel Awards revisadas y aprobadas

Finalmente se seleccionan a los premios Mundiales, que es el nivel más alto de los World Travel Awards, se conforma por los ganadores de los premios a nivel regional. Se escogen a los mejores del mundo en el sector turístico.

El listado final de los nominados a nivel mundial se aprueba bajo los siguientes criterios:

1. Ganadores del premio regional correspondiente
2. Elogios WTA revisadas y aprobadas

Proceso de Votación

Las votaciones para cada destino son en línea, se realiza una campaña de promoción durante el año de nominación para que de esta forma exista una participación global. Los votos se realizan por parte de ejecutivos de la industria del turismo y de viajeros que conocen los destinos. Los votos que se han realizado por ejecutivos valen por dos y los votos realizados por viajeros valen por uno. Finalmente los votos son auditados por miembros de la organización para darle la validez a cada uno.

Los premios que se entregan a cada uno de los ganadores, consisten en, el Trofeo para el ganador de una nominación que es el máximo premio; la placa de pared, que tiene dimensiones de 10 x 25,4 x 10 pulgadas, con dos opciones que el ganador de la categoría puede elegir, latón empotrado o negro levanto; el Escudo Oficial el cual es usado para publicidad, se le permite a cada ganador usar este Escudo en su promoción, con fines de marketing y publicidad para su empresa; y el Certificado que es una copia digital de su certificado por haber ganado en una categoría. Todos estos premios que se llevan los ganadores sirven como respaldo de haber obtenido el más prestigioso premio que se pueda entregar en la industria del turismo.

Además de esto los destinos que ganan este premio tienen la oportunidad de aparecer en publicaciones de los medios que pertenecen a las red de socios de medios de los World Travel Awards, como son: International Herald Tribune, Newsweek, Arabiya CNBC, Traveller Outlook, Noticias de última hora de viajes, Khaleej Times, Arabia Comercio,

TTN, Trav Talk India, China Travel & Leisure, Publituris, la revista ABTA, eTurbo News, la Red de ASTA, Viajes Daily News International, viajeros de National Geographic, Revista Pasaporte y Focus on Travel News. Lista de medios que mensualmente tendría un alcance de 1.7 millones de lectores y una audiencia televisiva de 90 millones de personas.

En el año 2014 los World Travel Awards cumplieron 21 años de entregar reconocimientos a los mejores de la industria del Turismo.

2.3.1 Quito “Destino Líder de Sudamérica”

Quito en los últimos años ha pasado por un proceso de transformación en el ámbito turístico, ha recibido reconocimientos a nivel mundial que hacen que la ciudad esté viviendo sus mejores momentos turísticamente. Para el 2012 fue la ciudad más visitada del Ecuador según datos del Ministerio de Turismo.

En el 2013 la ciudad de Quito fue nominada por los World Travel Awards en la categoría “Destino Líder de Sudamérica”, la misma que fue añadida en estos premios en el año 1996 habiendo sido ganadora en esta categoría Rio de Janeiro (Brasil) desde el año 1996 hasta el año 2001, en el año 2002 Bahía (Brasil) y del año 2003 al año 2012 Río de Janeiro (Brasil) nuevamente.

Para el 2012 el Ecuador ya había sido nominado en otras categorías, quedó como finalista en “Destino Gastronómico”, “Destino de playa” (Isla Bartolomé, Galápagos) y Hotel Boutique (Mirage Garde Hotel & Spa); y ganó en las categorías “Líder en Patrocinio Turístico” con el Ministerio de Turismo y “Hotel Verde” con el Finch Bay Eco Hotel. Alcanzar una nominación y posterior triunfo en la máxima categoría de los premios en la región pondría a la ciudad de Quito en la mira del turismo mundial.

Quito fue nominada por el Municipio a través de la empresa municipal Quito Turismo, posterior a la aceptación de la nominación se realizó una campaña por todos los medios de comunicación para lograr los votos tanto de los ecuatorianos, como de los turistas que ya habían visitado la ciudad. El periodo de votación era del 13 de abril hasta el 2 de junio del 2013, para votar por Quito se debía seguir los siguientes pasos:

- Ingresar a la página web: www.worldtravelawards.com/vote
- Registrarse para abrir una cuenta (email y contraseña)
- Ingresar los datos: nombre y país de origen
- Dar clic en el botón de votar donde aparecían las regiones y todas las categorías del concurso.
- Dar clic en la categoría South America, y votar por Quito.

La gala de los World Travel Awards para la Región Sur y Centro América 2013 fue realizada en antiguo Templo Huaca Pucllana ubicado en el centro de Perú, y los nominados en la categoría “Destino Líder de Sudamérica 2013” eran: Quito, Bahía, Buenos Aires, Isla de Pascua, Galápagos, Lima, Río de Janeiro, Santiago de Chile y Sao Paulo.

Sin embargo Quito se sobrepuso sobre Río de Janeiro que había ganado por 9 años consecutivos el galardón y obtuvo el premio en dicha categoría. La ciudad recibió votos de personas de alrededor 171 países, y durante la gala se mencionó a Quito como próxima sede para la realización de los premios 2014, en la cual ganó por segundo año consecutivo como “Destino Líder de Sudamérica”.

El logro alcanzado en dicha premiación que es la más importante a escala mundial, deja ver que Quito se está posicionando con excelencia a nivel turístico, los diferentes reconocimientos que ha obtenido en los últimos años son una muestra del avance que ha tenido la ciudad y todo esto apunta a una mejora total de los servicios que se ofrecen actualmente en el sector turismo. Obtener el mayor galardón a nivel regional hace que la mirada de muchos turistas e inversionistas quieran apostar por un destino que está surgiendo.

2.4 Turismo

2.4.1 Turismo en la ciudad de Quito

El concepto de turismo es caracterizado como un fenómeno social, donde el hombre está implicado como agente primordial y de su desplazamiento surgen una serie de factores de orden sociocultural, político y económico, que derivan relaciones y transformaciones que pueden medirse tanto a nivel de la sociedad emisora como receptora (De la Torre Padilla, 1994; Acerenza, 1984; Jiménez, 1993).

Quito en la actualidad se posiciona como “Destino Líder de Sudamérica” lo que ha logrado que más turistas ingresen en el país, para lo cual se ha implementado diversos proyectos que hará que el turista tenga una estadía perfecta. El aeropuerto Internacional Mariscal Sucre inaugurado el 20 de febrero del 2013, está ubicado en la parroquia Tababela con una extensión de 1.600 hectáreas, cuenta con una de las pistas y torre de control más largas de Sudamérica. Está a la altura con modernas instalaciones, excelente infraestructura, tecnología de punta, cumple con el nivel de Servicio IATA B, tiene un seguro sistema de seguridad operacional, garantizando un buen perfeccionamiento de las operaciones aeronáuticas, lo cual ha logrado posicionarlo como “Aeropuerto Líder de Sudamérica”.

El ente encargado de crear, planificar, controlar, medir y difundir la actividad turística en la ciudad es la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico “Quito

Turismo” que mediante la ordenanza No. 309, publicada en el registro oficial No. 186 del 5 de mayo de 2010 fue establecida.

Según el Plan Estratégico de Quito Turismo tiene como misión:

“Desarrollar la actividad turística en el Distrito Metropolitano de Quito, tal como la generación y reconversión de nuevos productos turísticos, adecuación de la infraestructura turística, capacitación, formación, profesionalización en el sector turístico, promoción de Quito a nivel nacional e internacional como destino turístico, entre otros”.

La empresa cuenta con políticas de calidad donde se emplea un tipo de gestión que lleve varios procesos y que sea de progreso duradero, esto se trabaja con un mecanismo competente, el cual salvaguarde la identidad de la localidad, valores y principios, para una buena administración de la zona y crear fraternidad, alianzas entre empresarios, residentes y turistas. Con todo esto se vio la necesidad de que Quito Turismo cuente con su propio Plan Estratégico en relación a dos ejes estratégico fundamental, el *Gobierno Corporativo* y la *Sostenibilidad*, para la creación del documento tuvo la participación de asesores, directores, Director Técnico General, Gerente General en donde tienen como meta el 2015.

Tabla 1: Diagrama de desarrollo turístico

Ejes (Programas)
Comercialización
Mercadeo y Promoción Turística
Desarrollo y Gestión Turística
Fortalecimiento Institucional

Fuente: Quito Turismo

A través de los Stakeholders se identifica los elementos implicados en la gestión de Quito Turismo.

Figura 4: Grupo de interés de Quito Turismo Stakeholders



Fuente: Quito Turismo

La ciudad de Quito ha logrado varios reconocimientos internacionales, en la actualidad es galardonado como Destino Líder de Sudamérica por segundo año consecutivo, para el 2013 la revista National Geographic ubicó a la ciudad como “uno de los 20 destinos turísticos para conocer en el 2013”, en el 2011 fue distinguida “Capital de la Cultura”, en el 2008 el New York Times incluyó a Quito “A dónde ir en el 2008”.

En 1978 la UNESCO decidió declarar a Quito como “Patrimonio Cultural de la Humanidad”, esto es fruto de un arduo trabajo y pasión por parte del sector público y privado, esto ha hecho que en los últimos 15 años Quito se desenvuelva como una ciudad turística, participando últimamente en el concurso “7 Ciudades Maravilla del Mundo”. . Además de la ciudad varios lugares también han podido ser reconocidos mundialmente, es el caso de Casa Gangotena ganando el título de Mejor Hotel de Sudamérica, Mashpi Lodge como mejor Hotel Verde, Mejor Hotel de Negocios al Swissotel Quito, el aeropuerto Mariscal Sucre logró posicionarse como Aeropuerto Líder de Sudamérica y así con otros establecimientos más.

Además de reconocimientos, la ciudad es partícipe de varias ferias internacionales para seguir posicionándose como un destino turístico, por primera vez participó en la feria Pure Life Experiences que se desarrolló en Marruecos (2014) donde buscó posicionarse como un destino de lujo; la ciudad fue sede de SAHIC (South American Hotel Investment Conference) donde buscó posicionarse como un destino de proyectos e inversiones en el sector turístico. Con esto logrará posicionarse mundialmente y captar la atención del turista para incrementar el desarrollo turístico en la ciudad.

En la actualidad la ciudad cuenta con una certificación: el “Distintivo Q” en donde el Municipio a través de la Empresa Pública Metropolitana específicamente el departamento de Gestión de Destino Turístico, premia a los establecimientos turísticos que han efectuado mejoras en su sistema de gestión de calidad y turismo sustentable.

Para poder ofrecer un servicio de primera calidad, amigable al medio ambiente, para esto se debe pasar ciertos requisitos como: ambientales, sociales, empresariales y de calidad. El distintivo además de mejorar la imagen de Quito como un destino sostenible beneficia también a la Planta Turística, podemos mencionar ciertos lugares que cuentan con la “Q” como el Hotel Hilton Colón, La Rábida, Escondite de Cantuña, Vista Hermosa, Hotel Río Amazonas, La Casa de Quiroz.

En Ecuador, Quito fue la primera ciudad declarada patrimonio gracias a su riqueza cultural, sus calles y avenidas, plazas y monumentos, calles y conventos constituyen un paisaje digno de ser admirado, como por ejemplo el Centro Histórico, el cual se ha mantenido por más de 500 años, reflejando el alma de la ciudad; podemos encontrar la cuesta del suspiro, la ruta de las 7 cruces, arco de la Reina, Plaza San Francisco, museos, iglesias, La Ronda o calle de los Milagros que a mediados del siglo XX fue el corazón bohemio. En este sitio turístico podemos convivir con la cultura quiteña, conocer las formas tradicionales de su gente; conocer el arte barroco y las más importantes joyas de la arquitectura colonial, donde predominan temas y tonalidades propias del indigenismo con influencia europea, la cual contó con su propia escuela de artes y oficios “Escuela Quiteña”.

Quito Moderno se estableció en los años 50 del siglo XX con la creación de nuevos barrios, edificaciones, urbanizaciones. Algunos historiadores relatan que ese fue lo que jaló la ciudad al Norte, la cual se convierte en el “boom comercial”. Aquí se concentran la mayoría de los servicios turísticos y mansiones convertidas en hoteles, hostales, restaurantes.

2.4.2 Inversión turística

En el Ecuador para el 2014 se han sumado ya 800 millones de dólares en inversión internacional con la construcción de hoteles según lo menciona la Ministra de Turismo en su intervención durante la ceremonia de los World Travel Awards 2014 realizada en Quito. Existen alianzas importantes con compañías como Nobis, Best Western, Swissotel y Grupo Accor, según la Ministra de Turismo en su intervención en la gala de los World Travel Awards 2014 realizada en Quito.

La ciudad de Quito desde el 2005 ha venido ganando espacio para colocarse en la mira de los empresarios, debido a sus múltiples premios y nominaciones que la han llevado a desarrollarse en el ámbito turístico muy rápidamente; según Luz Elena Coloma, Gerente General de la Empresa Municipal Quito Turismo en una entrevista para la revista Transport en el 2013, entre los principales incentivos que tienen los inversionistas para establecer sus negocios en Quito es el “desarrollo sostenido del destino y de su posicionamiento en la región”; además acotó que, en el 2013 alineados a la política nacional del cambio de matriz productiva, el Municipio de Quito a través de Quito Turismo empezó a gestionar dos proyectos que son: Casas Patrimoniales, el cual se trata de incrementar la oferta del alojamiento de primera categoría en el Centro Histórico de la ciudad, debido a que es el sitio más visitado, en primera fase este proyecto incluye cinco inmuebles patrimoniales, Casa Mejía, Pérez Pallares, Cadisán, Hogar Javier y García Moreno.

El segundo proyecto que se encuentra en gestión es el Centro de Convenciones de Quito que tiene como fin posicionar a Quito entre los 10 mejores destinos de América dentro de turismo de reuniones, incentivos, convenciones y eventos. Se tiene previsto construir en la zona del antiguo aeropuerto de Quito en un espacio de 11,4 hectáreas, el cual tendrá un centro de convenciones con una capacidad de 3000 personas, un centro de exhibiciones con capacidad para 6000 personas, una arena de espectáculos con capacidad para 9000 personas y un área de negocios relacionados.

Tabla 2: Principales Inversiones y Montos

Zonas con mayor inversión	Millones
Centro Histórico/Casas Patrimoniales	\$ 675
Centro de Convenciones	\$ 35
Zona del nuevo aeropuerto de Quito	\$ 1,000
Metro de Quito	\$ 1,500

Fuente: Propia

Las zonas en las que existe mayor inversión y fomento productivo son:

- El Centro Histórico donde se implementa el Programa de Revitalización de la zona que incluye acciones en movilidad, vivienda, equipamiento y espacio público, ambiente, integración social y desarrollo productivo, hasta el 2017 se estima que la inversión en esta zona sea de 675 millones.
- El Barrio La Mariscal, donde se encuentra la Zona Rosa de la ciudad y es donde se concentran más los servicios turísticos como restaurantes, bares, discotecas, centros

de entretenimientos y hoteles. Zona del antiguo aeropuerto de Quito, donde se tiene previsto la construcción del Nuevo Centro de Convenciones de Quito.

- Zona del nuevo aeropuerto de Quito, donde se permitiría el desarrollo de nuevas infraestructura turística.
- Finalmente el Metro de Quito que con la finalidad de mejorar la conectividad en la ciudad se construye en una extensión de 25 km² que conecta de norte a sur la ciudad y con el cual se podrá cruzar la ciudad en 35 minutos aproximadamente.(Tomado entrevista Luz Elena Coloma)

Una de las estrategias para mejorar las inversiones en Quito son las Alianzas público-privadas, que fueron emitidas según la Resolución No. 406 en el Concejo Metropolitano de Quito la cual indica en su Artículo 23 que:

“Tiene por objeto regular y determinar las condiciones de colaboración público privada y de la economía popular y solidaria con las empresas públicas metropolitanas, para el desarrollo de un determinado proyecto, actividad o emprendimiento de interés público en Distrito Metropolitano de Quito... además en su Artículo 24 indica también que “Las empresas públicas metropolitanas podrán asociarse con personas jurídicas privadas o de la economía popular y solidaria, cuando verifiquen las siguientes condiciones: a) Que el proyecto, actividad o emprendimiento se encuentre directamente relacionado con alguno de los objetivos determinado por el Directorio de la empresa pública en medio ambiente, vivienda social, turismo, movilidad o cualquier proyecto de interés público para el Distrito”.

Con esto se pretende que Quito se potencialice como una ciudad, apoye proyectos de innovación, promueva las exportaciones y las inversiones. Con esta resolución se han logrado gestionar los proyectos de inversión como las Casas Patrimoniales, el Centro de Convenciones y el Parque Industrial de Quito. (Ordenanza Metropolitana de Quito).

Quito ha estado presente en diferentes eventos sobre inversión turística para promocionarse, uno de estos es la conferencia de inversiones turísticas HOLA (Hotel Opportunities Latin America Investment Conference) que se realizó en Miami. Este evento se realiza anualmente y se trata básicamente de un lugar donde se reúnen ejecutivos tanto hoteleros, inversionistas, que están interesados en desarrollar proyectos de hotelería y turísticos en Latinoamérica.

“Para Quito uno de los objetivos más fuertes fue generar acciones de networking, a través de diversas actividades que promovieron el relacionamiento con los keyplayers de la industria, y además promocionar los eventos de inversión turística en alianza público-privada que se encuentra desarrollando Quito Turismo” (Ecuador A Colores).

Además representantes de Quito Turismo tuvieron la oportunidad de dialogar con ejecutivos de varias cadenas hoteleras como Carlson Rezidor, Marriott, Hilton, Atton, entre otros. Un logro más que tuvo Quito en este evento fue una reunión de cooperación con Pro Export Colombia con el objetivo de analizar diferentes estrategias de promoción de proyectos de inversiones en el sector.

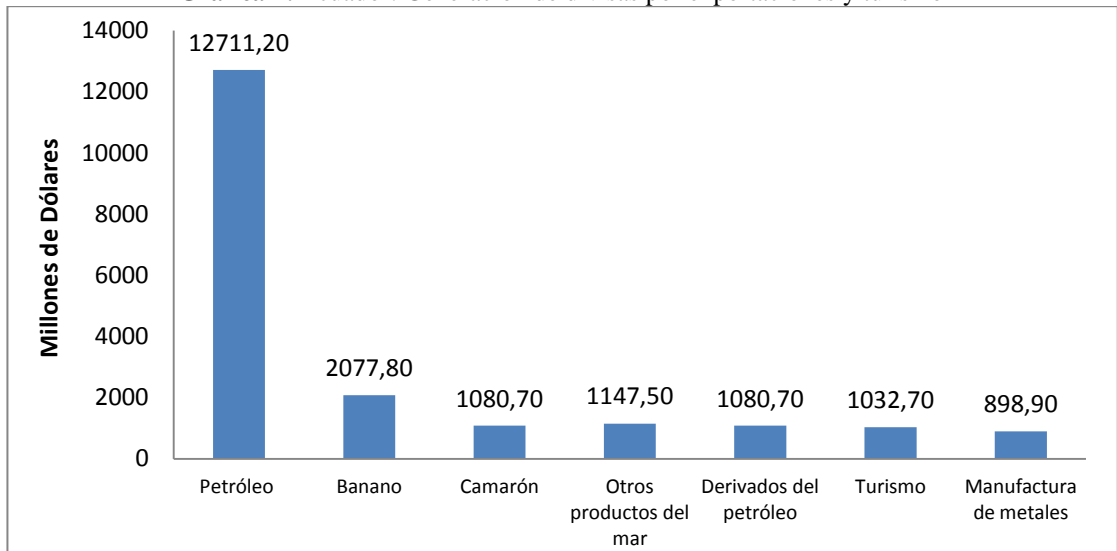
Otra importante participación de Quito para promocionarse en inversiones turísticas fue el haber sido sede de una de las más importantes ferias sobre inversión turística como lo es el SAHIC (South American Hotel & Tourism Investment Conference), esta feria permitió a la ciudad mostrarse como un destino en el que se pueden desarrollar proyectos para nuevas inversiones en el ámbito turístico.

2.4.3 Impacto turístico

2.4.3.1 Ecuador

Según la FENACAPTUR (Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo en el Ecuador) gracias al sector turístico, en el Ecuador se han creado 100 mil empleos directos, mientras que de forma indirecta se han creado un total de 500 mil empleos. En la actividad turística se suman \$1.200 millones al año en lo que respecta a ingresos, para el 2013 se obtuvo casi 1,4 millones de llegadas de extranjeros. *Diario El Telégrafo, 10 de Marzo 2014.*

En el Ecuador el turismo es la cuarta fuente de ingresos no petroleros al país, los ingresos de divisas turísticos obtuvo un acrecentamiento mantenido, el país busca posicionar al turismo como tercer rubro según el Ministerio de Turismo. El turismo en la ciudad de Quito busca dinamizar la economía del país, los sectores relacionados directa o indirectamente a la industria turística salen favorecidos, también aumenta la plaza de trabajos, el ingreso de los trabajadores, y beneficia a la ciudad, a la construcción de nuevas áreas, remodelación y restauración de lugares.

Gráfica 2: Ecuador: Generación de divisas por exportaciones y turismo

Fuente: Ministerio de Turismo

Tabla 3: Ingreso de Divisas al 2 Trimestre del 2013/ Balanza De Pagos

TRIMESTRES	2013						Saldo
	Ingresos		Ingresos Total	Egresos		Egresos Total	
	Viajes	Transp.		Viajes	Transp.		
I TRIMESTRE	295.5	1.4	296.9	152.2	86.3	238.5	58.4
II TRIMESTRE	261.6	1.3	262.9	156.2	94.8	251.0	11.9
SUB-TOTAL	557.1	2.7	559.8	308.4	181.1	489.5	70.3

Fuente: BCE (2013)

Por concepto de Turismo el ingreso de divisas registrado en la Balanza de Pagos asciende a 1.251,3 millones de dólares es decir el 21% en el 2013 en asimilación al 2012.

Tabla 4: Llegadas de extranjeros al Ecuador

Mes	2010	2011	2012	2013	2014	Var % '14/'13
Enero	96.109	105.548	127.116	130.843	152.576	16,6
Febrero	89.924	86.421	99.521	103.761	124.584	20,1
Marzo	82.452	87.495	96.948	113.359	114.007	0,6
Abril	70.540	87.507	92.627	87.486	118.614	35,6
Mayo	77.618	81.870	92.644	98.414	111.177	13,0
Junio	91.602	99.949	118.292	121.742	129.062	6,0
Julio	110.545	117.966	130.779	138.138	154.229	11,6
Agosto	95.219	98.962	106.375	112.569	131.694	17,0
Septiembre	71.776	80.090	85.990	97.374	112.767	15,8
Octubre	83.701	88.357	99.145	111.517	124.456	11,6
Noviembre	81.253	92.573	99.674	112.056	127.562	13,8
Diciembre	96.359	113.299	122.790	136.798	156.278	14,2
Total	1'047.098	1'141.037	1'271.901	1'364.057	1'557.006	14,2

Fuente: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales, INEC Información Provisional 2014, Dirección Nacional de Migración

Tabla 5: Principales mercados emisores período enero-septiembre 2014

Mercados	2013	2014	Var% 2014/2013
Colombia	252.107	280.237	11%
Estados Unidos	192.262	201.379	5%
Perú	108.685	128.583	18%
Venezuela	64.543	77.576	20%
España	48.827	51.312	5%
Argentina	37.221	45.469	22%
Chile	32.068	33.800	5%
Cuba	16.775	25.398	51%
Alemania	20.882	24.886	19%
Canadá	20.425	24.721	21%

Fuente: INEC, Dirección Nacional de Migración

Entre los meses de enero y septiembre del 2014 en el Ecuador se ha visto un notable crecimiento del 14.5% con respecto al año anterior, ha ingresado al país 1.148.710 turistas, comparando el mes de septiembre en el año 2014 y 2013 arribaron 112.767 lo que en porcentaje representa un 15,81% respecto al mes de septiembre del año anterior. Los principales países emisores en este periodo de año son Colombia, Estados Unidos, Perú, Venezuela, España, Argentina, Chile, Cuba, Alemania, Canadá según el *INEC, Dirección Nacional de Migración*.

Figura 5: Cifras de arribos



Fuente: Ministerio de Turismo

Según la fuente de Quito Turismo, se realizó una proyección para el 2018 de arribos de turistas a la capital y se prevé que para esa fecha la ciudad recibiría un millón de turistas.

2.4.3.2 Quito

Tabla 6: Motivos de Arribos a Quito

	2008	2009	2010	2011	ENE- JUN2011	ENE- JUN2012
TURISMO	360.386	345.714	362.503	382.402	183.922	184.015
ESTUDIOS	1.065	1.034	1.113	1.673	799	1.248
NEGOCIOS	11.544	8.966	8.423	15.138	6.283	4.716
EVENTOS	10.098	5.768	9.064	22.020	10.514	15.485
OTROS	88.406	100.383	93.117	66.145	33.154	30.036
TOTAL	471.499	461.221	474.211	487.378	234.672	245.500

Fuente: FENACAPTUR

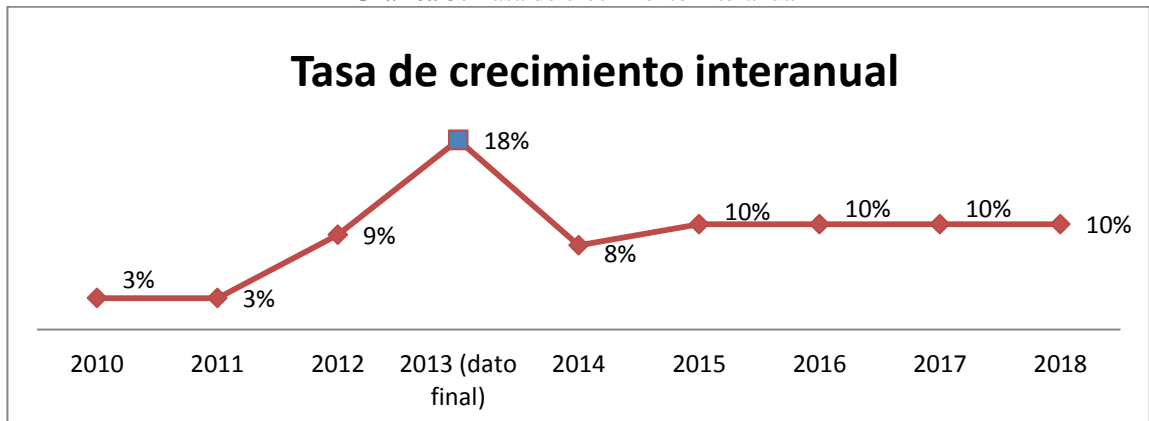
Luz Elena Coloma, gerente de Quito Turismo comenta que: “La capital como puerta de entrada a Ecuador tiene un enorme potencial para SAHIC, así lo revela la tasa de crecimiento del 18% de visitantes, por encima de la media mundial del 5% en 2013”, según el Sistema Institucional de Indicadores Turístico.

El sector turístico se ha fortalecido con la inauguración del Aeropuerto Mariscal Sucre, la designación como mejor destino líder de Sudamérica por los World Travel Awards, finalista entre 21 ciudades en el concurso 7 Ciudades Maravilla del Mundo son otros indicadores”, concluye.

Especialista en marketing turístico, Sandra Carrasco indica que para que el sector turístico incremente es necesario destacar la influencia de los proyectos que se desarrolla en la ciudad, pues “las autoridades se han vuelto conscientes de la importancia del turismo y le han destinado más recursos”.

De ahí, la vicepresidenta de la agencia de viajes Nuevo Mundo, Ana María Celi, destaca que “los altos índices de crecimiento de visitantes se deben a la suma de los esfuerzos realizados por los diferentes entes del sector turístico”. Diario La Hora, 1 de Enero 2013.

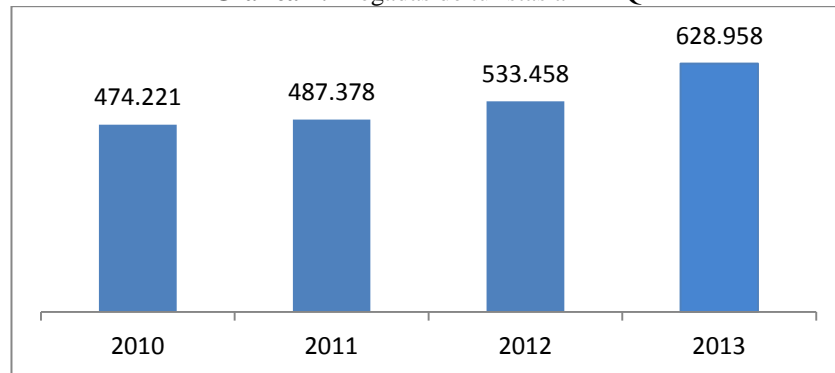
Gráfica 3: Tasa de crecimiento interanual



Fuente: SIIT

Las actividades turísticas generaron en 2013 más de \$1000 millones. Los arribos a la ciudad de Quito para el 2013 tuvo un incremento del 18% respecto del 2012, estos datos corresponde al 46% del total de turistas que recibió el país en el 2013, los cuales provienen principalmente de Estados Unidos, Colombia, España, Canadá, etc. En el aeropuerto Internacional Mariscal Sucre se registró el 44% de llegadas de extranjeros al Ecuador según la Jefatura de Migración del Pichincha.

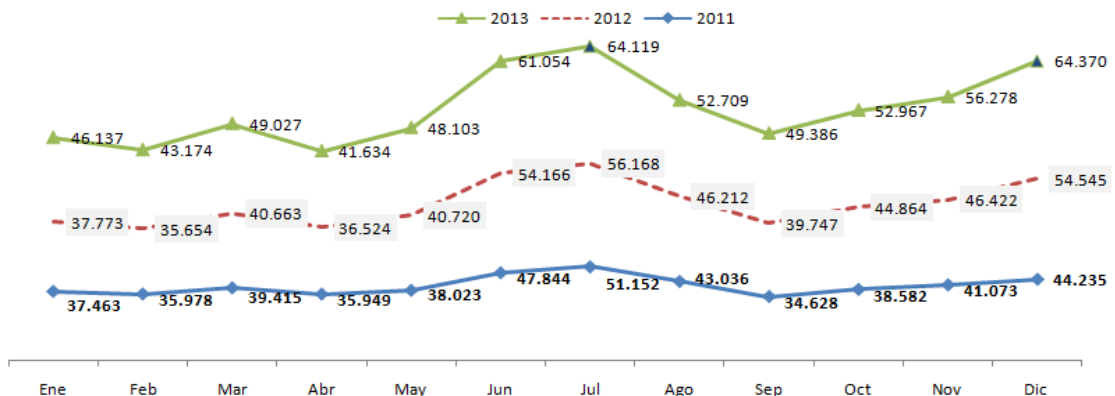
Gráfica 4: Llegadas de turistas al DMQ



Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos 2013

Los meses de julio y diciembre del 2013 el distrito recibió más afluencia de turistas, esos fueron los meses donde Quito participaba para los Word TravelAwards y ganó el galardón.

Gráfica 5: Llegada de turistas al DMQ 2011-2013

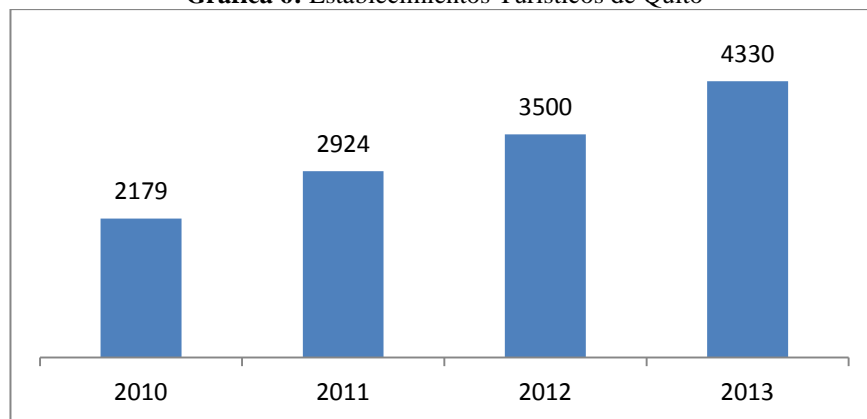


Fuente: SIIT

Gracias al impacto que el turismo deja en la ciudad, nuevas inversiones entran y se van desarrollando para un futuro prometedor. La planta turística aumentó para el 2013 con un 24% respecto al 2012 con 4330 establecimientos turísticos con licencia, los cuales están distribuidos el 89% en la zona urbana y el 11% en la zona rural de la ciudad. El sector hotelero se ha beneficiado de este gran progreso, el cual emplea a 5.689 personas de manera

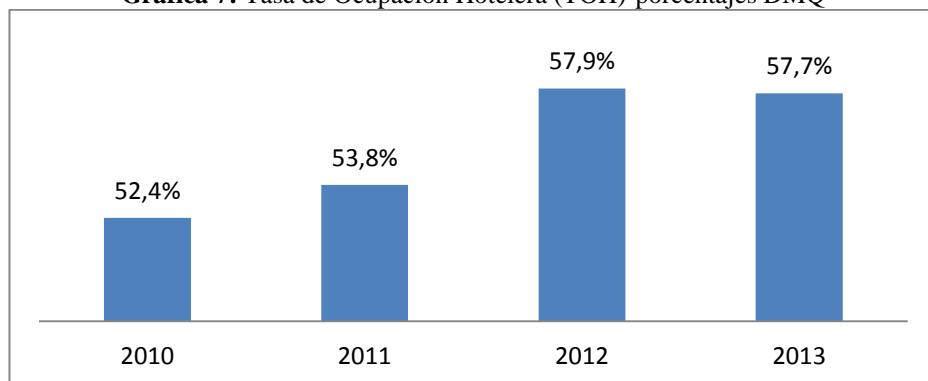
directa, la capacidad hotelera por plazas aumentó un 11% en el 2013 en relación al 2012, en total la ciudad maneja 23.790 plazas, con respecto a la capacidad hotelera por habitaciones. Para el 2013 tuvo un aumento del 11% respecto al año anterior y cuenta con 11.895 habitaciones. La tasa de ocupación se mantiene en un 58% en el 2103, siendo la categoría de lujo la que se mantiene en primer lugar.

Gráfica 6: Establecimientos Turísticos de Quito

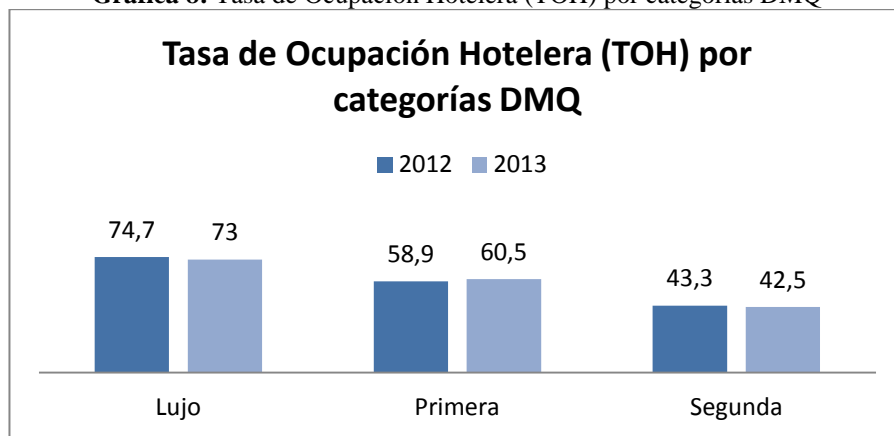


Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos 2013

Gráfica 7: Tasa de Ocupación Hotelera (TOH)-porcentajes DMQ



Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos 2013

Gráfica 8: Tasa de Ocupación Hotelera (TOH) por categorías DMQ

Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos 2013

El sector hotelero en la ciudad de Quito para el 2012, empleó a 5.229 personas de manera directa. Para cerrar el año 2014, al distrito ingresaron 680.000 turistas no residentes, lo que en relación al 2013 se traduce como un 8.5% en crecimiento, en relación al 628.958 visitantes que tuvo en el mismo periodo 2013.

Según la fuente de Quito turismo, en el 2014 se incrementó un 8.5% y los meses de mayor afluencia fueron julio con 71.099, octubre con 59.469 y diciembre con 60.000, también cabe resaltar que el año 2013 tuvo el mayor porcentaje con el 18%, en donde la capital obtuvo su mayor cúspide. Si las cifras se mantienen, se pronostica que para el 2018 la ciudad alcanzaría más del millón de turistas.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

Dentro de este capítulo se detalla la metodología de la investigación, las técnicas que se tomaron para la recolección de datos, indicadores tanto sociales y económicos en los que se basó el estudio y la población y muestra que fue tomada para la investigación.

3.1 Tipo de investigación

La finalidad de este estudio es saber cuál ha sido el impacto que ha recibido la ciudad de Quito al haber ganado el premio de “Destino Líder de Sudamérica en el 2013”.

La investigación se basó en una metodología cualitativa para lo cual se usaron herramientas como son las entrevistas a diferentes actores inmiscuidos en la actividad turística y cuantitativa a través de encuestas el cual contiene un cuestionario que nos ayuda a obtener datos medibles. El estudio es de tipo descriptivo, para lo cual se tuvo que observar y

detallar los fenómenos primordiales con el objetivo de analizar los resultados, y luego extraer información valiosa que contribuya al conocimiento.

3.2 Metodología aplicada

La metodología aplicada a la presente tesis se basa en el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos, el cual como ya fue explicado en el capítulo anterior, propone una serie de indicadores para medir la sostenibilidad del turismo. Hemos creado variables e indicadores basadas en los impactos socioculturales y económicos en la ciudad.

3.2.1 Indicadores de Impacto Sociocultural

Los indicadores de impacto sociocultural están basados principalmente en la visión que tiene el residente sobre el turismo al ser este el principal afectado, con esto se busca saber cuan informados están los residentes sobre los acontecimientos en el sector turístico en la ciudad, la percepción que tienen sobre los cambios que se han dado en la ciudad debido al turismo y que es lo que creen que puede mejorar aún, para así determinar cuan afectado se ve el residente y si cultura debido al turismo.

Tabla 7: Indicadores Impacto Sociocultural

Percepción del residente hacia el turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de residentes satisfechos con el turismo en la ciudad según motivos de satisfacción
	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de residentes insatisfechos con el turismo en la ciudad según motivos de insatisfacción
Mejoras en la ciudad	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de cambios que han sido notables en la ciudad
	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de aspectos en los que debería mejorar la ciudad
Calidad de vida de los residentes	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de residentes que presenta mejoras en su estilo de vida
	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de residentes que presentan incremento en su costo de vida
Conocimiento del residente sobre premio de Destino líder de Sudamérica	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de residentes que conocen la designación de Quito como Destino líder de Sudamérica según sus edades.

Fuente: Elaboración propia

3.2.2 Indicadores de Impacto Económico

Los indicadores de impacto económico están basados en la afectación a nivel económica que se ha generado a causa de la actividad turística de la ciudad, tanto en los ingresos que llegan a la ciudad por la actividad, el conocimiento con el que llega el turista sobre el premio objeto de estudio, así como la percepción que tiene el residente con respecto a la inversión en el sector turístico. Para de esta forma evaluar cuan positiva es la llega de turistas a la ciudad, si en realidad los premios están generando un impacto en la mente del consumidor y si existe un impacto en la mente de los residentes al querer involucrarse en negocios turísticos que desencadenaran en un impacto económico.

Tabla 8: Indicadores de Impacto Económico

Llegadas de turistas al destino	<ul style="list-style-type: none"> • Motivo de visita según el tiempo de estadía de turistas nacionales y extranjeros
	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de lugares más visitados por turistas nacionales y extranjeros según su edad
	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de estadía según el tipo de organización del viaje de turistas nacionales y extranjeros
Conocimiento del turista que llega a la ciudad	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de edad de turistas extranjeros según los medios por los que se enteran sobre el destino
	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de turistas nacionales y extranjeros que conocen a Quito como destino líder de Sudamérica
	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de turistas nacionales y extranjeros que conocen sobre los WTA
Gasto promedio del turista	<ul style="list-style-type: none"> • Gasto diario según la nacionalidad del turista extranjero
	<ul style="list-style-type: none"> • Gasto diario según el tipo de turista (nacional, extranjero)
	<ul style="list-style-type: none"> • Gasto diario según el tiempo de estadía de cada tipo de turista
Apertura del residente a la inversión turística	<ul style="list-style-type: none"> • Número de residentes que desean invertir en turismo
	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje del tipo de negocios en los que el residente quiere invertir

Fuente: Elaboración Propia

3.3 Métodos para la recolección de datos

3.3.1 Técnicas y procedimientos

Para la recolección de datos se realizará una encuesta basada en un cuestionario de preguntas cerradas, abiertas y de opción múltiple, la misma que estará dirigida a residentes de ciertos sectores de la ciudad y a turistas internacionales y nacionales.

En el caso de los residentes, se hará la encuesta a los habitantes del Barrio La Mariscal, Centro Histórico, zona del antiguo aeropuerto de Quito, Centro-Norte de la ciudad, debido

a que estos son sectores donde se estima que han tenido algún impacto por el desarrollo turístico en la ciudad.

Las encuestas a turistas nacionales y extranjeros se harán en el Centro Histórico, incluyendo el sector de La Mariscal y la Ronda, debido a que son lugares más visitados por los turistas. En el caso de las encuestas a extranjeros, el encuestador hará la traducción verbal al idioma inglés cuando esto sea necesario.

Cada encuestador se encargará de llenar las encuestas realizadas a los turistas con el fin de facilitar la colaboración de los turistas tanto nacionales como internacionales y residentes.

También se realizarán entrevistas personales para lo cual se efectuó dos modelos de cuestionario, uno dirigido a representantes de la Empresa Municipal Quito Turismo y otro a representantes de la planta turística de la ciudad (hoteles, agencias de viajes y restaurantes), las cuales estarán basadas en preguntas sobre la evolución que ha tenido la ciudad, la situación actual, forma de trabajo de la empresa pública y privada, proyectos en cuanto a turismo y el impacto en la ciudad a causa del turismo. Se basó en el método de recolección cualitativa.

Una vez recolectada la información necesaria, se procesará la misma para proceder a la tabulación de las encuestas, la representación gráfica, la interpretación de cada gráfico y al análisis final de las mismas. Se usará como herramienta para este proceso, el software estadístico IBM SPSS.

3.4 Población y muestra

Para la presente investigación se han tomado datos del censo poblacional 2010 y el reporte de las llegadas de turistas en el año 2014 a la ciudad.

Con respecto a la muestra de residentes, de acuerdo con el INEC en el censo poblacional 2010, la población de Quito es de 2'319.671 habitantes, sin embargo al ser este un número muy elevado para tomar como población total y al tener como zona de encuestas solo el centro y parte norte de la ciudad, se ha decidido utilizar la fórmula con población desconocida para poder obtener un número más cercano y se facilite el proceso de encuestas.

Cálculo del tamaño de la muestra para residentes:

$$n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{e^2}$$

Donde:

n= muestra

z= nivel de confianza 92%-1,75

P= desviación estándar; 0.5

e= margen de error; 8%

Entonces:

$$n = \frac{(1.75)^2 (0.5) (1-0.5)}{(0.08)^2}$$

n= 120

Por lo tanto se realizarán un total de 120 encuestas a los residentes de la ciudad de Quito.

Cálculo del tamaño de la muestra para turistas nacionales e internacionales

Para determinar la muestra de los turistas nacionales y extranjeros, se han tomado las cifras correspondientes al tercer trimestre del 2014 del documento de “llegadas y salidas de turistas a Quito 2014” emitido por la Empresa Publica Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo, debido a que son las cifras más recientes.

De acuerdo con este documento la cifra de llegadas de turistas nacionales es de 12.858 y turistas internacionales 171.885, siendo estos datos los que serán el universo para sacar cada una de las respectivas muestras.

Cálculo del tamaño de la muestra para turistas nacionales:

$$n = \frac{N s^2 z^2}{(N-1) e^2 + s^2 z^2}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

N= universo (12.858)

s= desviación estándar; 0,5

z= nivel de confianza; 92% - 1,75

e= margen de error; 0,08

Entonces:

$$n = \frac{12.858 (0,5)^2 (1,75)^2}{(12.858-1) (0,08)^2 + (0,5)^2 (1,75)^2}$$

n= 118

Por lo tanto es necesario realizar un total de 118 encuestas a turistas nacionales que visitan la ciudad de Quito.

Cálculo del tamaño de la muestra para turistas internacionales:

$$n = \frac{N s^2 z^2}{(N-1) e^2 + s^2 z^2}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

N= universo (171.885)

s= desviación estándar; 0,5

z= nivel de confianza; 92% - 1,75

e= margen de error; 0,08

Entonces:

$$n = \frac{171.885 (0,5)^2 (1,75)^2}{(171.885-1) (0,08)^2 + (0,5)^2 (1,75)^2}$$

$$n = 120$$

Por lo tanto se realizará un total de 120 encuestas a turistas internacionales que visitan la ciudad de Quito.

CAPÍTULO 4

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TURÍSTICO

Se procede a realizar un análisis de la oferta y la demanda de la ciudad de Quito, para conocer el avance de la planta turística, estudiar el perfil del turista y su estacionalidad, además hablar de la competencia directa e indirecta de la ciudad y efectuar un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas existentes en la ciudad.

4.1 Análisis de la oferta turística

4.1.1 Análisis de atractivos turísticos

Según el documento Iglesia y Convento de San Francisco. Una historia para el futuro realizado en el año 2011, la ciudad de Quito experimentó a finales del siglo XX un importante proceso de recuperación y puesta en valor de su centro histórico, esto se debió al

trabajo mancomunado entre instituciones nacionales como el INPC (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural) y la cooperación internacional como es el caso de la AECI (Agencia Española de Cooperación Internacional), que realizaron proyectos integrales en bienes arquitectónicos representativos de la ciudad.

Uno de estos proyectos fue el desarrollo en el Convento de San Francisco, que se desarrolló a lo largo de dos décadas, el cual incentivó a la búsqueda de mejores metodologías de intervención del conjunto arquitectónico y sus bienes culturales; facilitó el intercambio de saberes y conocimientos en técnicas y oficios conectados a las artes; potenció el espacio para la investigación histórica y arqueológica como pilares básicos para el conocimiento de la sociedad prehispánica, colonial y republicana; fortaleció la formación de profesionales en áreas relacionadas al patrimonio cultural; y desarrolló destrezas de oficios tradicionales en jóvenes, a través del programa de formación que lleva a cabo la Escuela Taller San Andrés.

Es por eso que historiadores, arqueólogos, arquitectos, químicos, restauradores, museógrafos y obreros trabajaron de manera articulada para rescatar la historia, restaurar la arquitectura y bienes culturales de la iglesia y convento y ofrecer a la sociedad la posibilidad de disfrutar del Museo de Arte Religioso Fray Pedro Gocial.

En los últimos años se ha visto un drástico cambio en lo que respecta al turismo en la ciudad, en conjunto con el Ministerio de Turismo, Quito Turismo y diferentes entidades inmiscuidas en la actividad han logrado realizar proyectos para mejorar los atractivos que

posee la ciudad. En la actualidad existen varias rutas en donde el turista puede realizar diferentes actividades, tales como: el Rucu Pichincha, la Reserva Ecológica Cayambe-Coca, la Reserva Orquideológica El Pahuma, la Ruta Escondida y las lagunas Secas y Muertepungo.

El objetivo de la intervención es perfeccionar la imagen de la ciudad, a través del valor de la arquitectura simbólica y la ejecución o mantenimiento de facilidades turísticas. A partir del 2011 se añadió las “Rutas Patrimoniales” el cual trata en visitar el centro histórico con el servicio de guía teatralizado, también se realizan bailes de la alta sociedad en su antigüedad, recorridos en las iglesias y museos en la noche; esto fue una iniciativa del Buró del Centro Histórico de Quito. También se creó la Empresa de Desarrollo del Centro Histórico la cual se encarga de la restauración y conservación del patrimonio material, se implementó el servicio de guianza por medio de los miembros de la Policía Nacional y se establecieron diferentes ITUR (puntos de información) en zonas estratégicas de la ciudad. En la mayoría de los atractivos naturales que posee Quito, se puede realizar varias actividades como trekking, escalada de montaña, ciclismo de montaña, paseos en caballo, etc.

Ciudad Mitad del Mundo

Su nombre se debe a que la Misión Geodésica Francesa en el siglo XVIII realizó un trabajo cuyo objetivo era medir donde cruza la línea ecuatorial y en 1836 se construyó un monumento ecuatorial en conmemoración a dicho estudio. El monumento tiene una altura

de 30m, hecho de hierro, hormigón y decorado con piedra andesita, a sus alrededores se puede encontrar el planetario, museo etnográfico, y el museo de sitio Intiñan.

Reserva Geobotánica Pululahua

Fue creada el 28 de enero de 1966 como Parque Nacional, fue el primero creado en el Ecuador y América del Sur y en 1978 fue declarado Reserva Geobotánica. Se localiza a 17km al norte de Quito, cuenta con 13.000ha y alberga una gran cantidad de flora y fauna. Aquí se encuentra el volcán Pululahua ubicado en la cordillera occidental de los Andes, tiene una altura de 3.360 msnm y se encuentra inactivo. Su nombre proviene del origen quechua que significa “lluvia de agua” o niebla, la caldera posee tres cúpulas o domos de lava, Pondoña, El Chivo y Pan de Azúcar.

Volcán Pichincha

El volcán contiene varias cumbres que son: Lomas de las antenas, Cundur Guachana (nido de cóndores en quichua), Rucu Pichincha (viejo en quichua), Cruz Loma, Padre Encantado, Guagua Pichincha (niño en quichua). El Guagua es el más activo de la cordillera occidental. Se encuentra ubicado al noroeste de la comunidad Lloa, entre sus atractivos podemos encontrar su actividad volcánica en la cual se puede observar sus fumarolas, su domo volcánico y aguas termales; la loma de Ungui donde se encuentra la iglesia y la Virgen del Cinto.

Teleférico

Es el más alto de Sudamérica, parte de los 2,950 msnm hasta alcanzar los 4,050 msnm llegando a Cruz Loma, está situado al extremo oriental de la ciudad. Es un centro de esparcimiento y diversión, cuenta con un parque de diversiones el Vulcano Park, locales de comida, cafeterías. El atractivo principal es el páramo y si el clima es favorecedor se puede admirar las majestuosas elevaciones de la cadena montañosa de los Andes.

Parque La Carolina

Parque tradicional importante ubicado en el sector de Ñaquito, donde se practican actividades deportivas entre ellas el popular ecuavolley. Su historia remonta como producto de la expropiación municipal de 1.939 a la propietaria de la hacienda “La Carolina” que perteneció a la Sra. María Augusta Barba de Larrea. En 1.985 el Papa Juan Pablo II realizó una misa para lo cual se construyó una gigantesca cruz en honor al Papa. Dentro del parque se encuentra varios atractivos que son el Jardín Botánico, Vivarium, Parque Náutico, museo de Ciencias Naturales, etc.

Mariscal Foch

Plaza Quinde más conocida como Plaza Foch, esta zona en la antigüedad fue una zona residencial de la clase alta, varias familias migraron desde el centro a comienzos del siglo XX, y con el tiempo se convirtió en un sector comercial. Aquí podemos encontrar una oferta variada de bares, discotecas, restaurantes, cafeterías, hoteles, tiendas de artesanías, es popular por ser la zona de entretenimiento o la zona cosmopolita de la ciudad.

Centro Histórico

Es el centro colonial mejor conservado en América, con su exquisita escultura que data desde el siglo XVI, es un referente de la cultura, el patrimonio, el arte y la tradición; se puede encontrar iglesias que contienen el arte religioso más refulgente de la época colonial, conventos, plazas, museos con vestigios arqueológicos precolombinos, casonas donde ocurrieron hechos históricos de la época republicana importantes.

El Panecillo

Es una elevación natural de 3.000 msnm ubicada en el centro de Quito, su nombre en quichua significa “loma del corazón”, el nombre de Panecillo fue dado por los españoles debido a que se asemejaba a un pequeño pan, en su pasado era un lugar sagrado para los incas. En la loma se encuentra la escultura gigante de aluminio de la Virgen del Panecillo o la Virgen del Apocalipsis que reposa sobre un edificio base de cuatro niveles, su autor es Bernardo de Legarda y fue esculpida por Agustín de la Herrán Matorras, está compuesta de siete mil piezas diferentes y tiene una altura aproximada de 30 metros.

La Ronda

Su principal calle es Juan de Dios Morales o más conocida como la Calle de La Ronda, es el hogar de artesanos y artistas, refugio de bohemios de principios y mediados del siglo XX, aquí habitaron varios personajes históricos, desde los mejores escultores y artistas de la colonia. En la actualidad se puede encontrar restaurantes de comida típica como las empanadas de morocho, empanadas de viento, quesadillas, canelazo; cafeterías, tienda de

dulces tradicionales, bares, de todos los locales destaca la Casa 707 y la Casa de las Artes de La Ronda donde se realizan diversas presentaciones artísticas, teatro, exposiciones, etc.

Plaza Grande

Más conocida como la Plaza de la Independencia, es el núcleo del centro histórico, el centro de actividades y reuniones quiteñas desde el siglo XVI, se encuentra rodeada por cuatro pilares que simbolizan los estamentos de la sociedad quiteña: La Catedral, el Palacio de Carondelet, Palacio Arzobispal y el Palacio Municipal, aquí se encuentra el monumento a la Independencia construido a partir de 1906 e inaugurado el 10 de Agosto de 1909, el cual está construido con mármol de Carrara y diseñado por Juan Bautista Mingueti, protagonista del hecho histórico el Primer Grito de la Independencia ante el poder de España.

Plaza e Iglesia de San Francisco

La plaza es una planicie de piedra volcánica que fue construida en 1550 en donde se encuentra el templo franciscano y el convento, fundado el 5 de enero de 1536 que conforma el conjunto conventual más importante del país, la fachada de esta Iglesia es manierista-barroca y fue diseñada por el arquitecto vaticano Gian Lorenzo Bernini, este fue el primer edificio italianizante de puro estilo barroco que se construyó en América.

Iglesia Compañía de Jesús

Considerada la “Joya del Barroco de América y del Mundo” fue construida entre 1605 y 1765, el diseño arquitectónico tomó de referencia dos emblemáticos templos jesuitas de Roma, IL Gesú y San Ignacio. Su fachada fue hecha en piedra volcánica, en su interior podrás encontrar sus bóvedas, cúpulas, pilares, altares, retablos recubiertas de pan de oro. Su característica esencial son sus figuras barrocas en madera de cedros bañadas en pan de oro, el color del templo es dorado lo cual le da un realce, que aprecian y vislumbran a los turistas y residentes.

Catedral de Quito

Santuario más antiguo de Sudamérica y edificación de mayor jerarquía eclesiástica en Quito, posee estilos arquitectónicos como el barroco, el mudéjar, el rococó, neogótico y neoclásico. Inició su construcción en 1562 y finalizó en 1806 por obra del presidente de la Audiencia, Barón Héctor de Carondelet. Aquí fueron enterrados los restos del Mariscal Sucre, así como los de varios presidentes de la República, sacerdotes y obispos. En su interior podemos encontrar imágenes religiosas, pinturas en lienzos y murales; consta de tres naves y limita al norte por la Plaza Mayor y al sur por la quebrada que baja del Pichincha. La catedral cuenta con una famosa leyenda que es el “Gallo de la Catedral” la cual llama la atención de locales y turistas.

Basílica del Voto Nacional

En el barrio San Juan, en las calles Venezuela y Carchi se encuentra ubicada la Basílica del Voto Nacional considerada la más grande de Sudamérica; su construcción inició en 1883 bajo la dirección del arquitecto Emilio Tarlier, la estructura como la conocemos en la actualidad, fue terminada en 1924. El motivo de su construcción fue como un recuerdo de la consagración del Ecuador al Corazón de Jesús, planteada por el padre Julio Matovelle, acto realizado por el presidente Gabriel García Moreno a través de un decreto legislativo. Consta de dos torres frontales, es la más alta y está a 115 metros del suelo, tiene como decoración animales endémicos y exóticos de la fauna ecuatoriana. Cuenta con diferentes miradores donde se puede obtener una vista panorámica de la ciudad.

Teatro Sucre

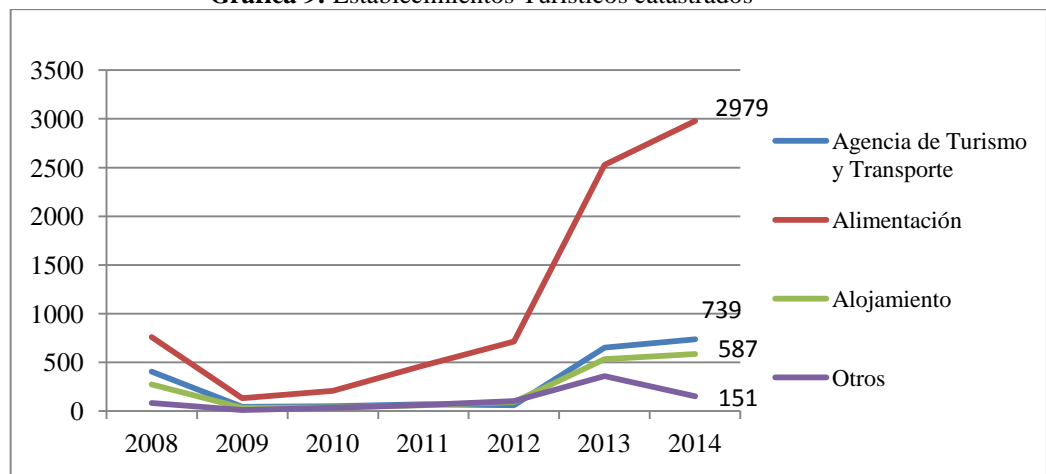
Fue fundado en 1879 e inaugurado el 25 de noviembre de 1886 y en honor al Mariscal José de Sucre fue llamada así, es uno de los íconos más importantes del país y el primer teatro de la ciudad, y el más antiguo que aun sigue funcionando en la actualidad. Aquí se realizan los eventos culturales nacionales e internacionales importantes, su construcción fue entre en 1879 y 1887. Cuenta con una plaza llamada “Plaza del Teatro” en donde en tiempos antiguos fue la Plazuela de las Carnicerías, lugar donde se ofertaba y comerciaba carne. Alberga un restaurante llamado THEATRUM Restaurante & Wine Bar.

Calle de las 7 Cruces

Nombrada también calle García Moreno, donde se encuentra el Palacio de Carondelet, este tramo expresa la fe en tiempos coloniales, siete iglesias rodean el tramo, el cual a finales de la época colonial se utilizaba para transportar mercadería. Este lugar marcó un hito muy importante, el cual empieza de norte a sur con la iglesia de Santa Bárbara, pasa por la iglesia de la Concepción que fue el primer monasterio de la ciudad, la tercera cruz pertenece al templo de la Catedral que es la única que sigue intacta, seguida de la iglesia El Sagrario, aquí ocurrió la proclamación de la Independencia de 1809, en La Compañía de Jesús aparece la quinta cruz, la cual es la más grande de todas pues se dice que los Jesuitas contaban con más presupuesto, la sexta se encuentra en el monasterio del Carmen Alto y en la capilla de San Lázaro la séptima y última cruz.

4.1.2 Análisis de la planta turística

La planta turística son todas las empresas que prestan los servicios a los turistas en la ciudad facilitando su estadía, es decir alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento. En los últimos años, la planta turística en la ciudad Quito ha ido creciendo, y se pronostica que la misma seguirá creciendo debido a las nuevas inversiones que se ha confirmado llegaran en los próximos años, sobre todo al sector hotelero entre estas la cadena francesa Ibis, Wyndham Hotel Group y Grupo Euro building de Venezuela.

Gráfica 9: Establecimientos Turísticos catastrados

Fuente: Quito Turismo

Según el Catastro Turístico proporcionado por Quito Turismo al 2014, la planta turística de la ciudad se divide en las actividades de Agencias de Viajes y Turismo, Transporte turístico, Alimentos y bebidas, Alojamiento, y Recreación, Diversión y Esparcimiento, sumando un total de 4456 establecimientos catastrados en todas las actividades.

Tabla 9: Catastro Transporte Turístico

ACTIVIDAD	TIPO	CATEGORIA	TOTAL
Transporte Turístico	Empresa de Transporte Terrestre	Alquiler de Automóviles	21
		Transporte Terrestre Turístico	50
	Línea de Transporte Aéreo	Internacional No Operante en el País - Oficinas de venta	4
		Internacional Operante en el País - Europa, Asia, Norte América	15
		Internacional Operante en el País – Nacional	2
		Servicio Nacional	5

Fuente: Catastro Turístico, Quito Turismo

Tabla 10: Catastro de alojamiento

TIPO	CATEGORIA	TOTAL
Albergue	Primera	1
	Tercera	1
Apartamento turístico	Primera	3
	Segunda	1
	Tercera	2
Cabaña	Primera	2
	Segunda	1
	Tercera	1
Hostal	Primera	23
	Segunda	53
	Tercera	56
Hostal Residencia	Primera	10
	Segunda	43
	Tercera	127
Hostería	Primera	6
	Segunda	11
	Tercera	3
Hotel	Lujo	9
	Primera	21
	Segunda	16
	Tercera	11
	Cuarta	1
Hotel Apartamento	Primera	3
Hotel Residencia	Primera	1
	Segunda	7
	Tercera	16
	Cuarta	3
Motel	Primera	10
	Segunda	16
	Tercera	13
Pensión	Primera	16
	Segunda	42
	Tercera	99

Fuente: Catastro Turístico, Quito Turismo

Tabla 11: Catastro Alimentos y Bebidas

TIPO	CATEGORIA	TOTAL
Bar	Primera	25
	Segunda	71
	Tercera	176
Cafetería	Primera	49
	Segunda	67
	Tercera	121
	Cuarta	67
Fuente de Soda	Primera	95
	Segunda	179
	Tercera	262
Restaurante	Lujo	13
	Primera	290
	Segunda	467
	Tercera	633
	Cuarta	689

Fuente: Catastro Turístico, Quito Turismo

Tabla 12: Catastro de agencia de viajes.

ACTIVIDAD	TIPO	CATEGORÍA	TOTAL
Agencias de Viajes y Turismo	Agencia de Viaje	Dualidad	200
		Internacionales	116
		Operadoras	278
		Mayoristas	67

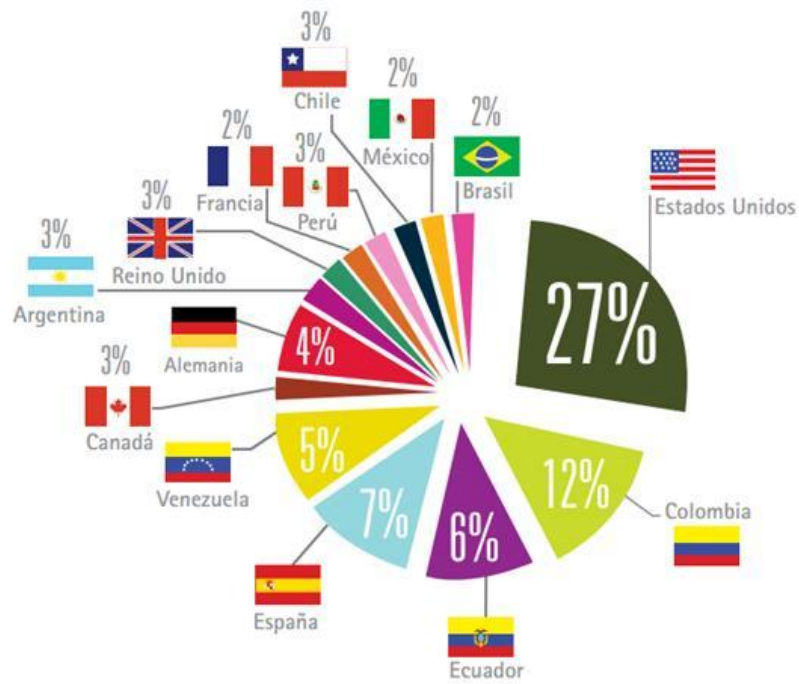
Fuente: Catastro Turístico, Quito Turismo

En los últimos 3 años se ha visto un notable crecimiento de en la planta turística de la ciudad de Quito, específicamente en el área de Alimentos Bebidas, Agencias de Viajes, seguida del área de Alojamiento. Este incremento se ve debido a la obtención del registro turístico desde el año 2012, lo que permite a cada una de las empresas de sector poder estar dentro del catastro al 2014.

4.2 Análisis de la demanda turística

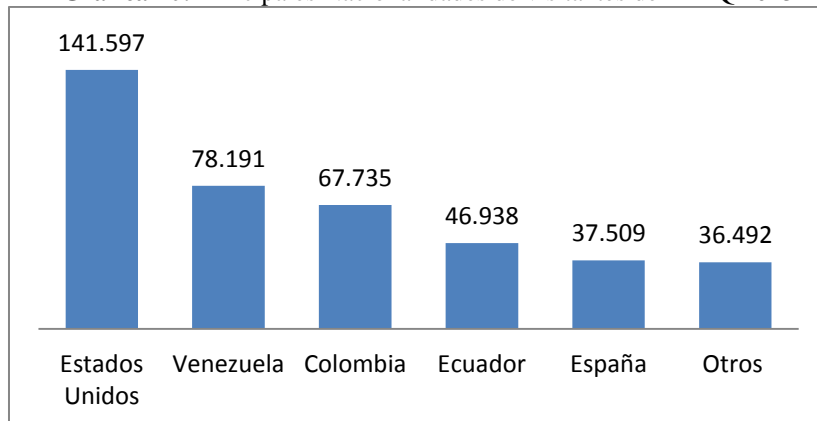
4.2.1 Perfil del Turista

Figura 6: País de nacionalidad del turista de Quito



Fuente: Folleto de Cifras Turísticas

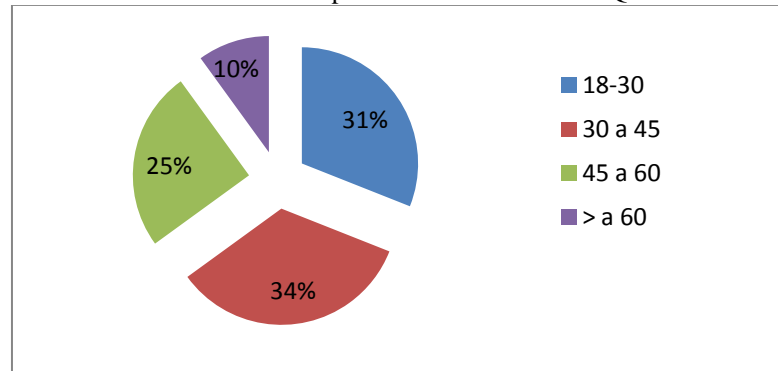
Gráfica 10: Principales Nacionalidades de visitantes del DMQ 2013



Fuente: SIIT 2013 Quito Turismo

Los turistas que llegan a Quito son provenientes de Norteamérica con un 32%, el 35% provenientes de Sudamérica y un 21% de Europa. En la actualidad nuestro principal mercado clave es Estados Unidos seguido de Colombia. En el 2013 ingresaron a la capital 141.597 norteamericanos, consecutivamente de venezolanos y colombianos; y para el 2014 hasta el mes de septiembre ingresaron 112.332 norteamericanos, viniendo de ahí los colombianos con 49.819.

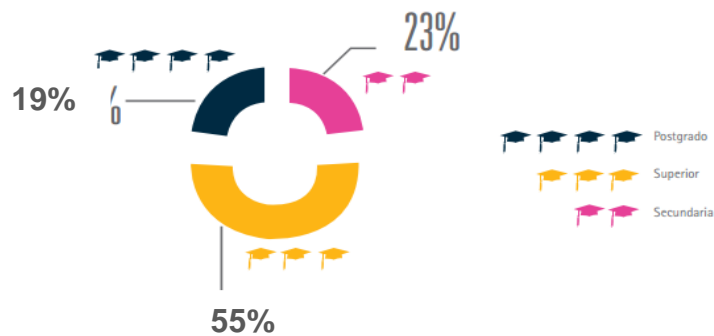
Gráfica 11: Grupos de edad del turista de Quito



Fuente: SIIT 2013 Quito Turismo

Entre las edades que más frecuentan la ciudad de Quito, está en el rango de 30 a 45 años.

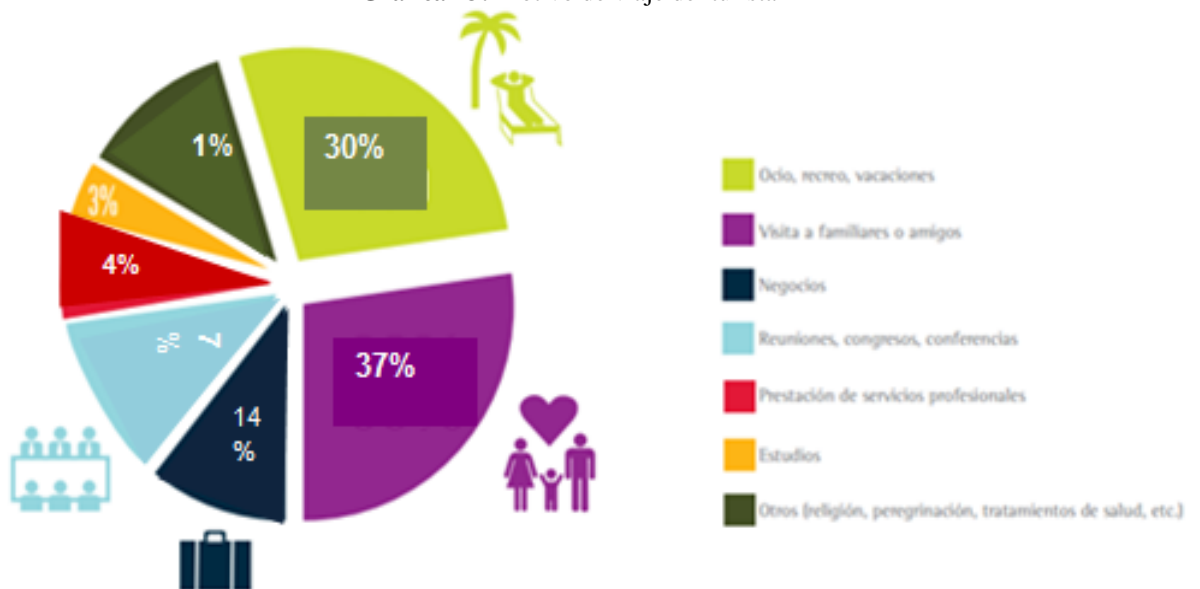
Gráfica 12: Nivel de instrucción del turista en Quito



Fuente: Folleto de Cifras Turísticas

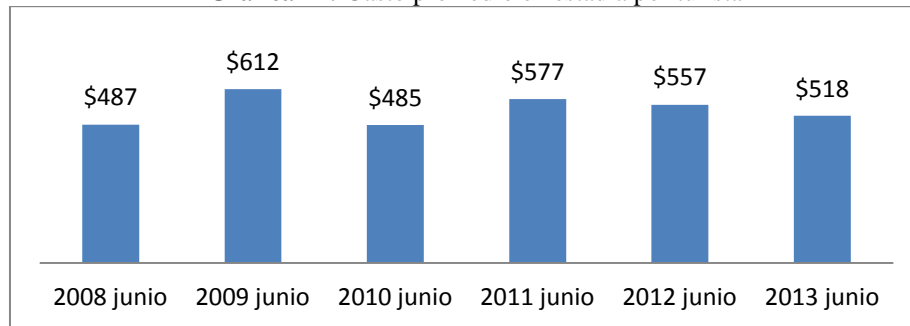
El nivel de instrucción que más predomina entre los visitantes es educación superior (55%), seguida por postgrado (19%), el amontonado de ambos da como resultado 74,1%, por consecuente de cien visitas a la ciudad, 75 al menos tienen título universitario. Y el 23% (13.154 turistas) indica que finalizó la secundaria. Por lo tanto a mayor escolaridad más alto nivel de ingresos y son turistas conscientes en el sentido del compromiso ético que las sociedades exigen de los viajeros.

Gráfica 13: Motivo de viaje del turista



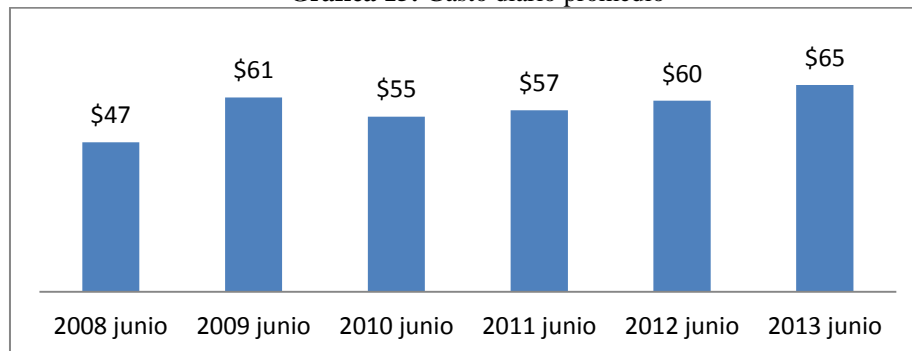
Fuente: Folleto de Cifras Turísticas

El 37% de los turistas tiene como motivo visita a familiares o amigos, siguiendo ocio, recreo, vacaciones con un 30%, seguido de negocios, reuniones, congresos y conferencias que incitan el desplazamiento del 21%.

Gráfica 14: Gasto promedio en estadía por turista

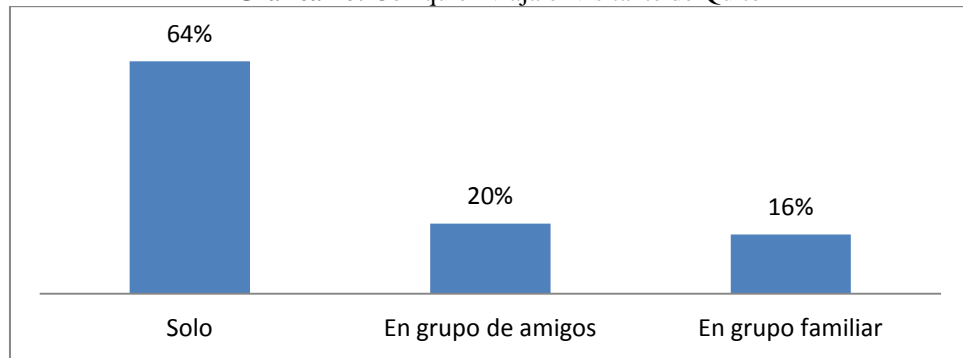
Fuente: SIIT 2013

Por motivo de la crisis financiera global 2008, hubo un decrecimiento el cual para el 2009 se recupera, sin embargo para el 2010 este cae e incrementa en el 2011 para luego tener dos bajas en junio de 2012 y 2013.

Gráfica 15: Gasto diario promedio

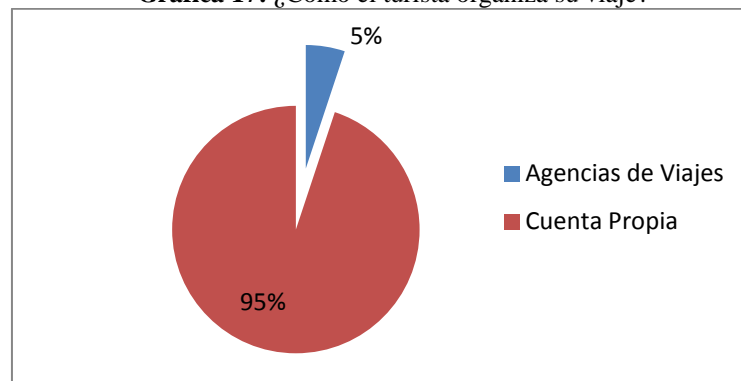
Fuente: SIIT 2013

Los turistas provenientes del continente americano efectúan el 79% del volumen de gasto, para junio del 2013 alcanza un gasto total promedio de \$518 y un gasto diario de 65 dólares. El gasto turístico total de junio del 2013 fue de 28,8 millones de dólares, su principal gasto incurre en alimentación (bares y restaurantes) el cual equivale a un 7% que representa 7 millones de dólares. El alojamiento se ubica en segundo puesto, el cual equivale al 22,6% que representa 6.5 millones de dólares.

Gráfica 16: Con quién viaja el visitante de Quito

Fuente: SIIT 2013 Quito Turismo

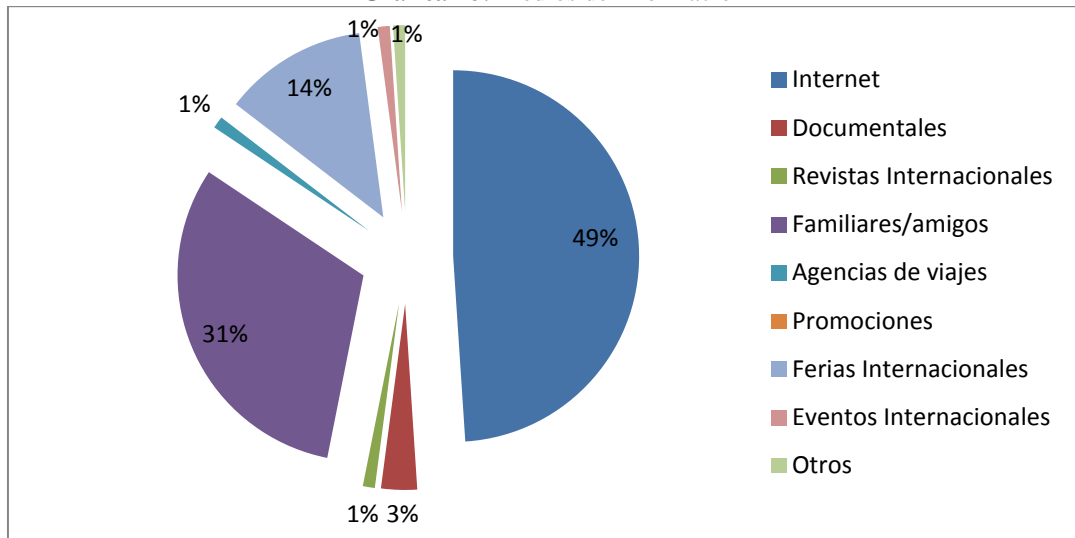
El 64% viaja solo según el grado de instrucción, el 20% en grupo de amigos los cuales ha realizado un postgrado, en conclusión los más numerosos (29.900) de todas las categorías viajan sin acompañantes y tienen un título.

Gráfica 17: ¿Cómo el turista organiza su viaje?

Fuente: SIIT 2013 Quito Turismo

El 95% de turistas no residentes se desplazan por cuenta propia y únicamente en menos de 5 casos de cada 100 es encomendada a una agencia de viaje especializada.

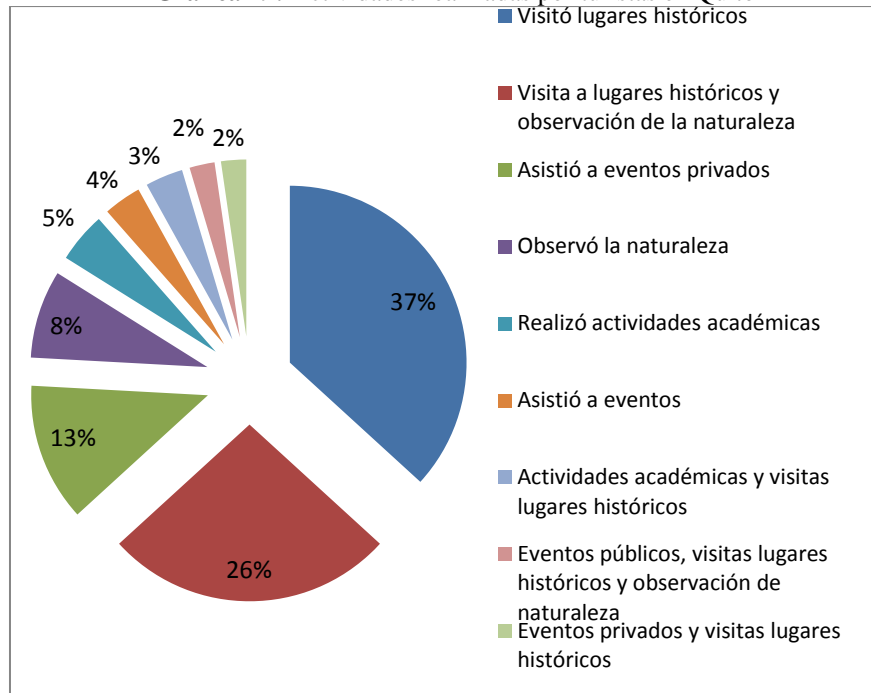
Gráfica 18: Medios de información



Fuente: SIIT 2013 Quito Turismo

El medio de información que usan los visitantes para visitar el destino es el internet (49%), el cual ha tenido un incremento del 99% en lo que respecta al 2012, seguido de familiares y amigos (31%).

Gráfica 19: Actividades realizadas por turistas en Quito

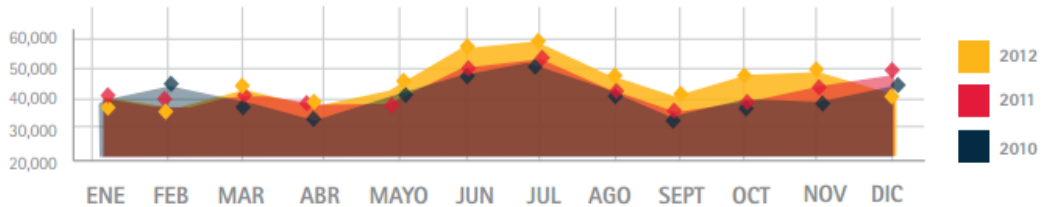


Fuente: SIIT 2013 Quito Turismo

Como actividades frecuentes que realizan los visitantes tenemos que: visitan lugares históricos donde sobresale el centro histórico que sitúa alrededor de cuarenta sitios, seguido de observación de naturaleza y asistencia a eventos privados.

4.2.2 Estacionalidad de la demanda

Gráfica 20: Llegada de turistas a Quito por mes



Fuente: Folleto de cifras turísticas

Se pudo registrar un aumento bastante notorio de visitantes extranjeros no residentes a la capital, para el 2014 el turismo tuvo un incremento del 8.5% y los meses que tuvieron más acogida fueron julio, octubre y diciembre, esto se debe a las vacaciones de los países del Norte y las fiestas de la capital que se desarrolla en Diciembre.

Tabla 13: Estancia promedio

Estancia promedio, número de días de permanencia en Quito								% turistas
Estancia corta	1 a 6d.	126.29	95.83	109.56	119.11	3.76	3.83	64.1
Estancia media	7 a 15 d.	84.31	53.47	76.58	82.28	11.08	9.58	24.9
Estancia larga	16 o más	23.91	29.09	26.70	33.31	28.81	28.15	11.0

Fuente: Caracterización del turismo receptor en el DMQ 2013

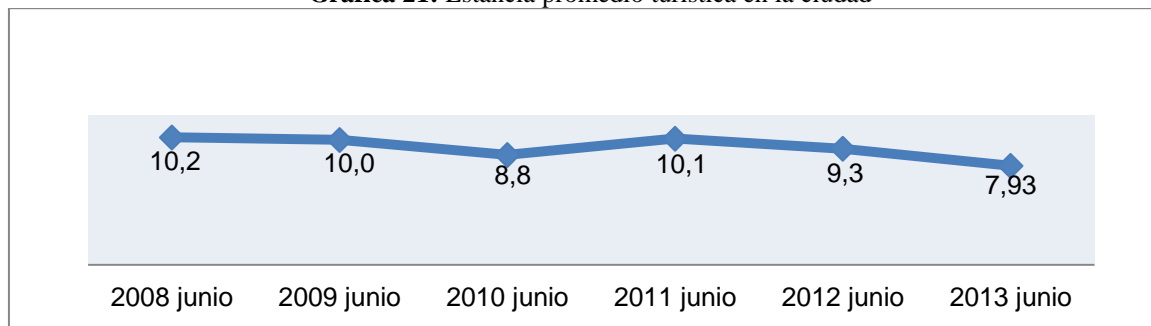
Los turistas que se quedan de 7 a 15 días en la ciudad realizan el 40% del consumo turístico total. A nivel internacional la estadía promedio tiende a disminuir, por lo tanto es inestable.

Tabla 14: Estadía media en Quito

Nacionalidad	2008 junio	2009 junio	2010 junio	2011 agosto	2012 junio	2013 junio
América	9.82	9.52	8.01	11.41	8.65	6.78
Europa	10.03	11.75	12.31	8.21	12.22	10.88
Asia	28.14	13.5	2.21	28.13	8.15	6.3
Oceanía	6.63	5.22	8.8	4.89	8.98	3.84
Total	10.25	10.04	8.81	10.73	9.34	7.47

Fuente: Caracterización del turismo receptor en el DMQ 2013

La estancia media es de 7.47 días, los turistas de Norteamérica se quedan 6.78 días que son los que más visitan la ciudad; mientras que los de Europa que es un mercado nuevo se queda más tiempo conociendo la ciudad (10.88 días), seguido por los de Asia (6.3) y Oceanía (3.84).

Gráfica 21: Estancia promedio turística en la ciudad

Fuente: Sistema Institucional de Indicadores Turísticos 2013

La estadía promedio turística para el 2012 fue de 9,3 días, mientras que para el 2013 hubo decrecimiento con unos 7,93 días, debido a un fenómeno mundial de un aumento del número de llegadas de turistas con estancias más cortas a los países receptores. El género masculino permanece más tiempo (17.30 días) por motivo de negocios; mientras que las mujeres los hacen por estudios con 30.51 días.

4.3 Análisis del entorno competitivo

La ciudad de Quito ha tenido un acelerado desarrollo turístico en los últimos años, específicamente desde el año 2008 hasta la actualidad, muestra de aquello es que hasta el 2013 la llegada de turistas a la ciudad creció el 18% en relación al 2012 y hasta el 2014 existen 4456 establecimientos con licencia turística.

En el Mastercard Global Destination Index 2014 se ubica a Quito como el número 10 dentro de las 10 ciudades destino de Latinoamérica y las 10 ciudades de Latinoamérica por gasto de turistas internacionales. Estos datos son una muestra de que la ciudad está alcanzando un nivel competitivo al estar entre los 10 mejores de la ciudad.

En el entorno competitivo se definen a los competidores directos que son los que ofrecen un producto similar, y los competidores indirectos que ofrecen productos diferentes sin embargo son una opción que puede reemplazar al producto principal.

Para el presente estudio se han denominado como competencia directa del destino a los nominados en la misma categoría de Destino Líder de Sudamérica por los WTA en el 2013:

- Bahía, Brasil
- Buenos Aires, Argentina
- Isla de Pascua, Chile
- Islas Galápagos, Ecuador

- Lima, Perú
- Rio de Janeiro, Brasil
- Santiago, Chile
- Sao Paulo, Brasil

Y como competencia indirecta tenemos a las ciudades nominadas en la categoría de Destino

Líder de las regiones restantes del continente en los WTA:

México y Centroamérica:

- Cancún, México
- Acapulco, México
- Bay Islands, Honduras
- Granada, Nicaragua
- Los Cabos, México
- Ciudad de Panamá, Panamá
- San José, Costa Rica

Norteamérica:

- Las Vegas, USA
- Denver Colorado, USA
- Los Angeles, California, USA
- Maui, Hawaii, USA

- Miami, Florida, USA
- Montreal, Canada
- New Orleans, Louisiana, USA
- New York, USA
- Phoenix, Arizona, USA
- San Francisco, California, USA
- Vancouver, Canada
- Washington DC, USA

4.4 Análisis FODA de turismo en Quito

FODA	FORTALEZAS	<p>Localización geográfica (Mitad del Mundo)</p> <p>Galardonado Destino Líder de Sudamérica por dos años consecutivos</p> <p>Patrimonio Cultural de la Humanidad declarado por la Unesco</p> <p>Restauración del centro histórico y apertura de plaza hotelera y gastronómica</p> <p>Aumento del flujo turístico internacional</p> <p>Recuperación total de la ciudad</p> <p>Implementación de vías alternas</p> <p>Nuevo aeropuerto</p> <p>Nuevo centro de convenciones y congresos</p> <p>Participación en mercados y ferias internacionales</p> <p>Presencia en los medios turísticos internacionales</p> <p>Eficacia en la promoción actual</p> <p>Servicio de policía turística y nuevos puntos de información</p> <p>Desarrollo planificado y holístico</p> <p>Recursos naturales de la ciudad</p> <p>Identidad e historia de Quito</p>
	OPORTUNIDADES	<p>Apertura a la inversión extranjera</p> <p>Incremento del mercado turístico de la tercera edad joven</p> <p>Interés en familiares y amigos en los países receptores de inmigrantes</p> <p>Potencial de Quito</p> <p>El marco de planificación estratégica global</p> <p>Espacios protegidos de Quito</p> <p>Disponibilidad de innovaciones tecnológicas</p> <p>Cambios en la matriz productiva</p>

Elaboración: Propia

FODA	DEBILIDADES	<p>Movilidad interna</p> <p>Transporte público</p> <p>Inseguridad</p> <p>Escasez de identificación de actores para establecer nuevas alianzas estratégicas</p> <p>Falta de sensibilización ciudadana hacia el turismo</p> <p>La comunicación interna y externa</p> <p>Conexión entre diferentes lugares</p>
	AMENAZAS	<p>Aparición de nuevos destinos competidores</p> <p>Aumento de competencia promocional</p> <p>Pérdida del paisaje cultural de los alrededores de Quito</p> <p>Accesibilidad aérea</p> <p>Inestabilidad política</p> <p>Globalización competitiva</p> <p>Imagen de inseguridad en Ecuador</p> <p>Falta de un estudio sobre el impacto turístico en el Ecuador</p> <p>Baja del petróleo</p>

Elaboración: Propia

CAPÍTULO 5

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

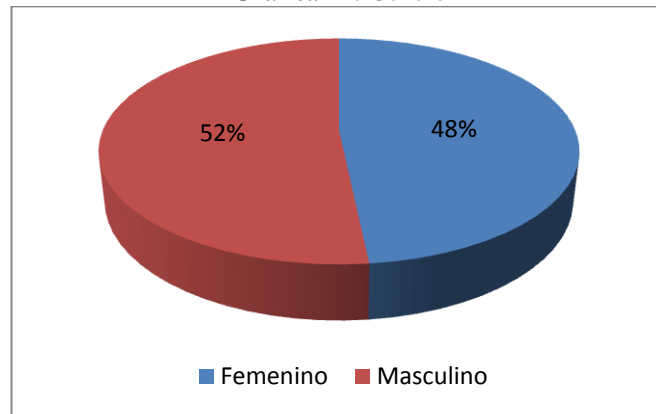
Finalmente en este capítulo se muestran los resultados de la investigación en base a nuestras encuestas e indicadores, con gráficos e interpretaciones de los mismos y un posterior análisis general de los resultados generados de las encuestas y entrevistas, y por último incluye las conclusiones y recomendaciones.

5.1 Resultados Generales

5.1.1 Resultados en base a encuestas realizadas a nacionales

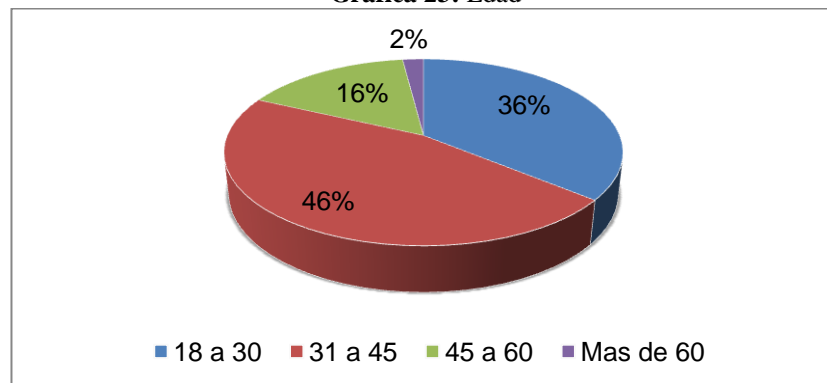
Perfil del turista

Gráfica 22: Género



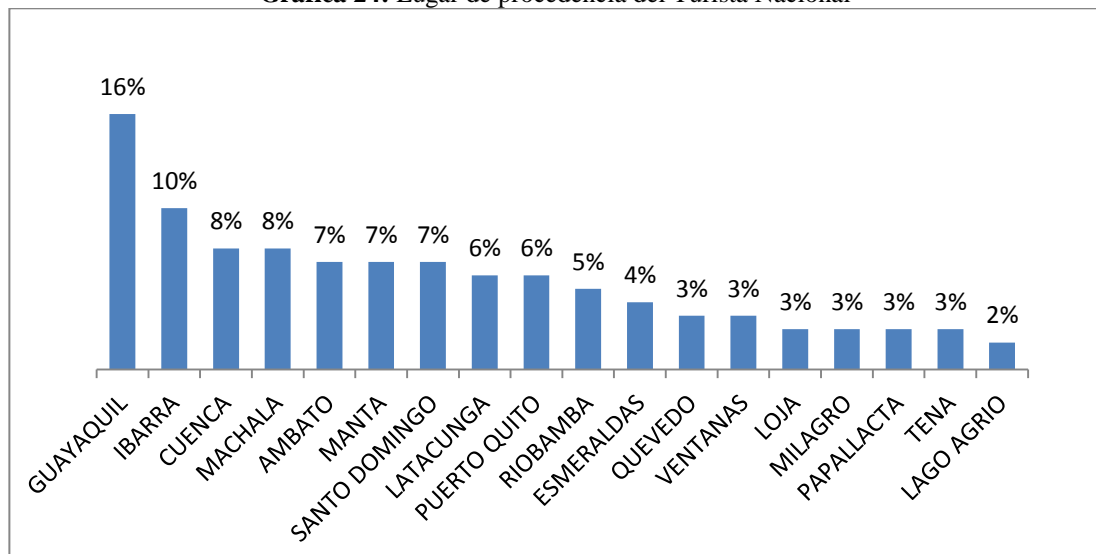
Del total de los turistas nacionales encuestados, el 48% pertenecen al género femenino y el 52% pertenecen al género masculino, siendo este en mayor grupo encuestado.

Gráfica 23: Edad



De las personas encuestadas el rango que predomina son las personas de 31 a 45 años (46%) seguidas de jóvenes de 18 a 30 años (36%), y el 18% restante se encuentran personas de más de 45 años. Por lo tanto se podría decir que el promedio de turistas nacionales que llegan a la ciudad son personas de grupos jóvenes-adultos de 18 a 45 años.

Gráfica 24: Lugar de procedencia del Turista Nacional



De los encuestados, se obtuvo que su procedencia correspondía de 18 ciudades del país, obteniendo como resultados que la mayoría (16%) provenían de la ciudad de Guayaquil; seguido de un 10% de Ibarra; el 8% de Machala y Cuenca cada una; un 7% de Ambato, Manta y Santo Domingo cada una; el 6% de Latacunga y Puerto Quito cada una; un 5% de Riobamba; 4% de Esmeraldas; el 3% para las ciudades de Quevedo, Ventanas, Loja, Milagro, Papallacta, Tena cada una y el 2% de Lago Agrio. Es evidente una mayoría de ciudadanos Guayaquileños, motivados también por las festividades de Fundación de la

ciudad que se realizaban durante el proceso de encuestas, y gran parte provenientes de Ibarra debido a la cercanía del destino.

Pregunta 1

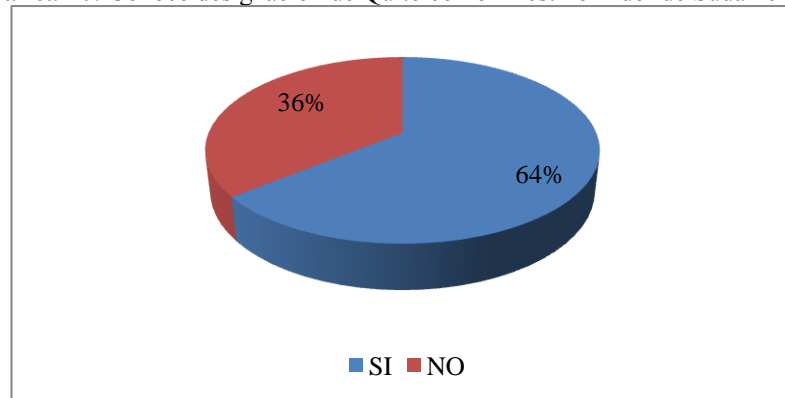
Gráfica 25: Conoce sobre los WTA



El 93% de las personas encuestadas respondió que no tenía conocimiento sobre la existencia de los premios World Travel Awards, mientras que solo el 7% respondió que había escuchado sobre el premio. Según el número de personas encuestadas el premio es poco conocido por las personas que visitan la ciudad.

Pregunta 2

Gráfica 26: Conoce designación de Quito como “Destino Líder de Sudamérica”

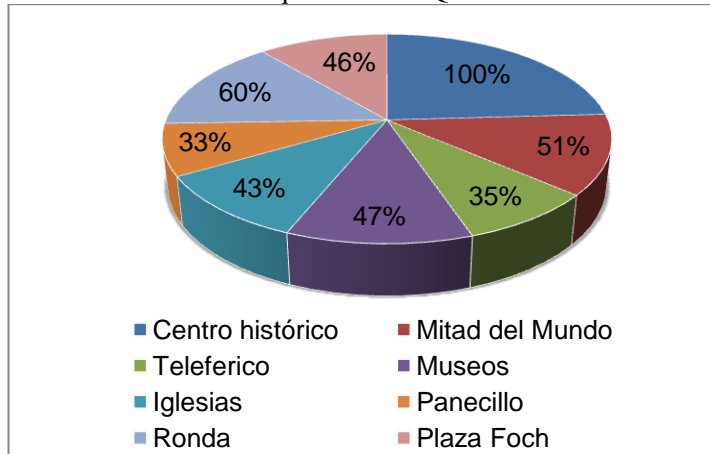


De los 120 turistas encuestados el 64% dijo que conoce que Quito fue galardonado como destino líder de Sudamérica, mientras que el 36% aseguró no conocer esta información.

A pesar de que la gran mayoría no conocía sobre los World Travel Awards, gran parte de estos si conoce sobre la designación a Quito. Esto puede ser una respuesta a la publicidad que ha tenido Quito en diferentes partes del mundo.

Pregunta 3

Gráfica 27: Sitios que visitan en Quito durante estadía

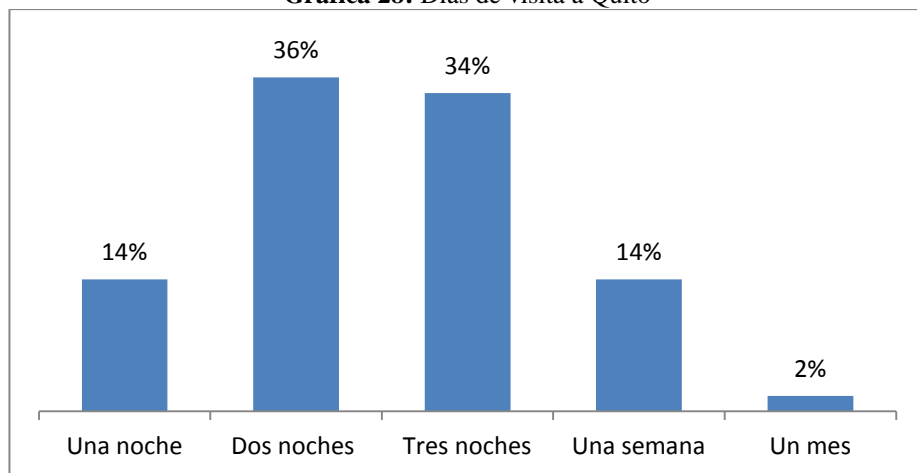


Del total de los 120 encuestados, se obtuvieron 499 respuestas de los lugares que habían visitado durante su estadía, en donde el 100% respondió que visitó el centro histórico, seguido de un 60% que visitó también la ronda, el 51% visitó la Mitad del Mundo, el 47% visitó Museos de la ciudad, el 46% visitó la Plaza Foch, el 43% visitó Iglesias, el 35% visitó el teleférico, y el 33% visitó el Panecillo.

Como resultado tenemos que los lugares más visitado por los turistas nacionales son el Centro histórico, la Ronda (por su cercanía al Centro Histórico) y la Mitad del Mundo por ser un referente del país a nivel mundial.

Pregunta 4

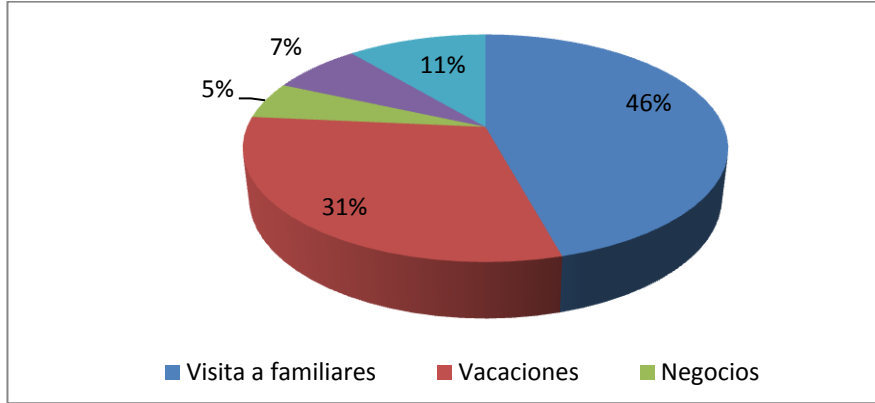
Gráfica 28: Días de visita a Quito



Los turistas nacionales en su mayoría es decir el 36% pasan dos noches en la ciudad, seguido de un 34% que respondió que pasan 3 noches en el destino, mientras que en menor proporción el 14% respondió que pasan una noche y el otro 14% dijo que pasa una semana en la ciudad y finalmente el 2% restante se queda en la ciudad por un mes. Se puede decir que el promedio de estadía de los turistas nacionales es de dos noches.

Pregunta 5

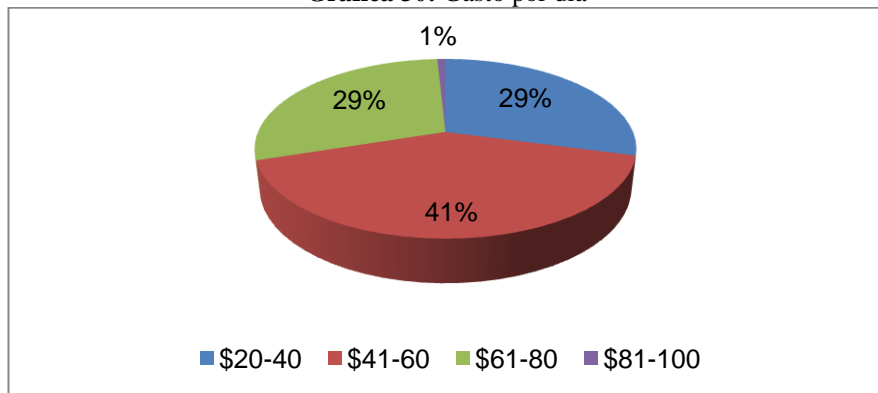
Gráfica 29: Motivo de visita



El principal motivo de visita de los turistas nacionales es la visita a familiares que representa el 46% de motivos, seguido del 31% que respondió que visita la ciudad por vacaciones, el 11% dijo que su motivo de visita eran las fiestas de fundación de la ciudad, mientras que el 7% visitaba la ciudad por motivos de trabajo y el 5% restante visita la ciudad por motivos de negocios.

Pregunta 6

Gráfica 30: Gasto por día

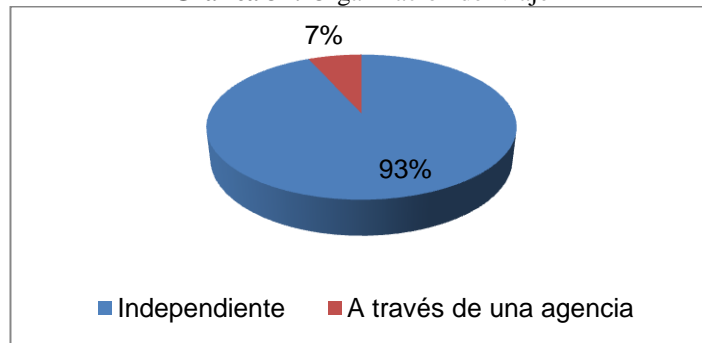


Del total de encuestados, el 41% respondió que su gasto por día era de \$41 a \$60, mientras que un 29% dijo que su gasto iba de los \$61 a \$80 diarios, el otro 29% respondió que su gasto de \$20 a \$40 diarios y finalmente solo el 1% aseguro que su gasto era de \$81 a \$100.

El turista nacional tiene en su mayoría un gasto máximo de \$60 por día, una de las razones para que esto suceda es que su principal motivo de visita a la ciudad es visitar a sus familiares por lo tanto se produce un ahorro.

Pregunta 7

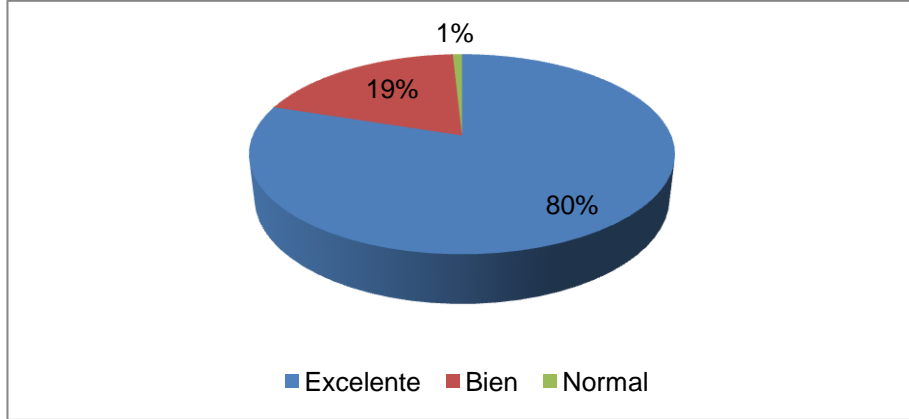
Gráfica 31: Organización del viaje



Como se puede observar en la gráfica, la gran mayoría de encuestados (93%) organiza su viaje de forma independiente, y tan solo el 7% organizo su viaje por medio de la contratación de servicios a agencia de viajes. Como respuesta al elevado número de personas que realiza su viaje de forma independiente se puede decir que el turista nacional tiene la facilidad de llegar a casa de familiares o amigos y no existe la necesidad de la contratación de un paquete turístico.

Pregunta 8

Gráfica 32: Calificación de la visita



El 96% de los encuestados calificó como excelente su visita a la ciudad, mientras que el 19% respondió que su visita a la ciudad estuvo bien y el 1% restante respondió que su visita a la ciudad fue normal. El número de turistas completamente satisfechos con su visita a la ciudad es muy alto, lo cual refleja que la ciudad cumple con las expectativas de lo que el turista desea encontrar cuando visita el destino.

Pregunta 9

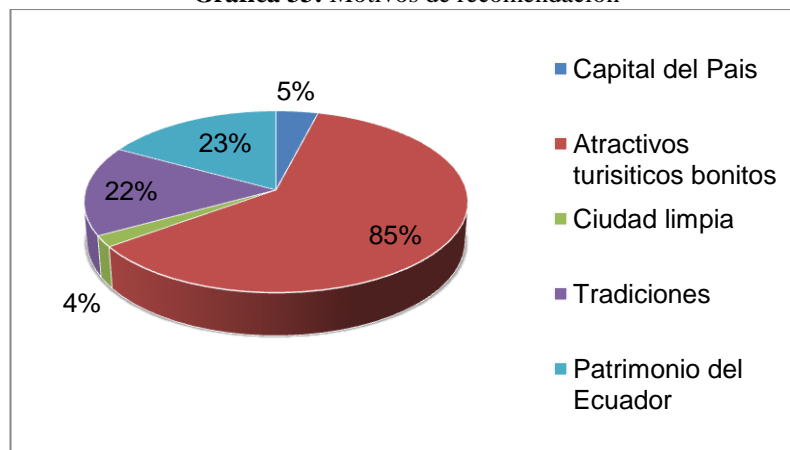
Tabla 15: Recomendación

	Número personas	Porcentaje
SI	120	100%

El 100% de los turistas encuestados recomendaría visitar la ciudad, lo cual asegura que al regresar a su lugar de origen van a hacer publicidad sobre la ciudad y experiencias vividas a familiares y conocidos. Los encuestados dieron sus razones por las cuales recomendarían

visitar la ciudad. El 85% de los nacionales indicó que la principal razón de recomendar Quito es porque posee una gama de atractivos que merecen ser visitados, además de conocer sus tradiciones.

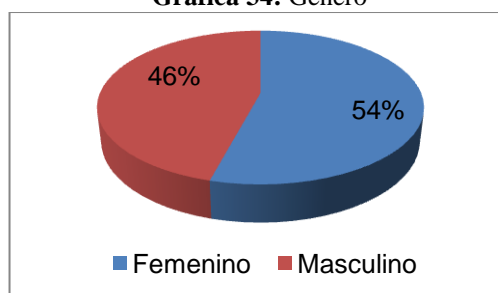
Gráfica 33: Motivos de recomendación



5.1.2 Resultados en base a encuestas realizadas a extranjeros

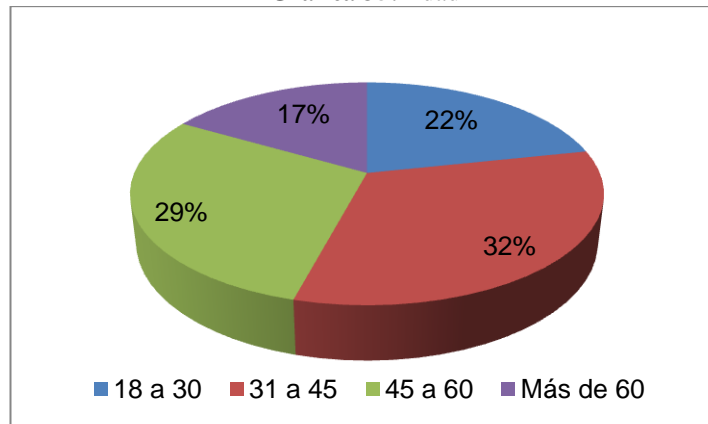
Perfil del turista

Gráfica 34: Género



Del total de los turistas extranjeros encuestados, el 54% pertenecen al género femenino y el 46% pertenecen al género masculino, siendo este en mayor grupo encuestado.

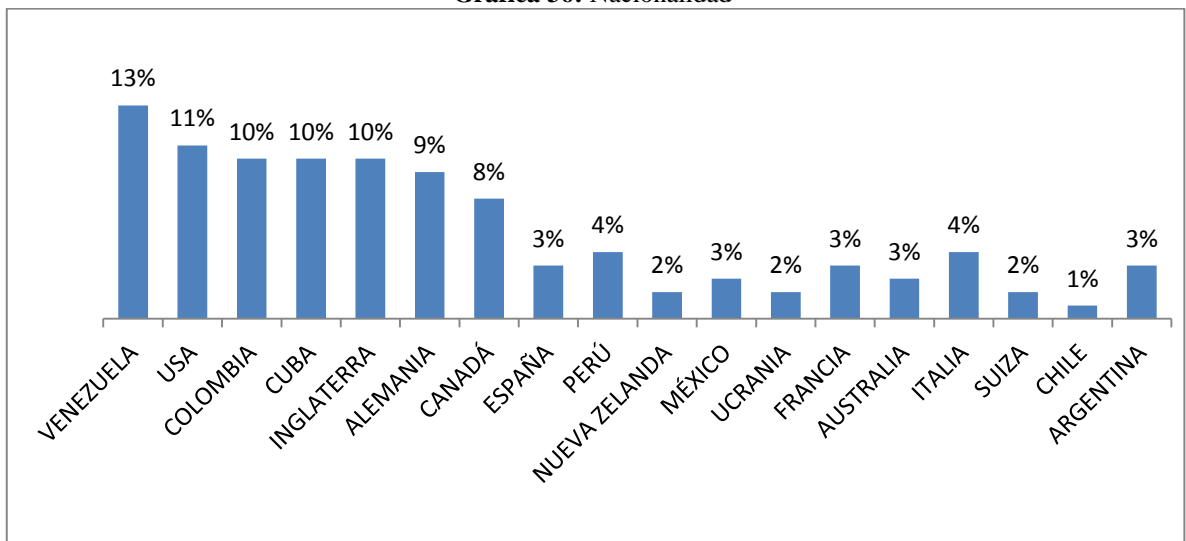
Gráfica 35: Edad



De las personas encuestadas el rango de edad que predomina es de 31 a 45 años (32%), seguida de las edades entre 45 a 60 años (29%), los jóvenes de 18 a 30 años se encuentran en tercer lugar y por último el 17% son personas de más de 60 años.

Por lo tanto se podría decir que el promedio de turistas extranjeros que llegan a la ciudad son personas de grupos de adultos de 31 a 45 años.

Gráfica 36: Nacionalidad

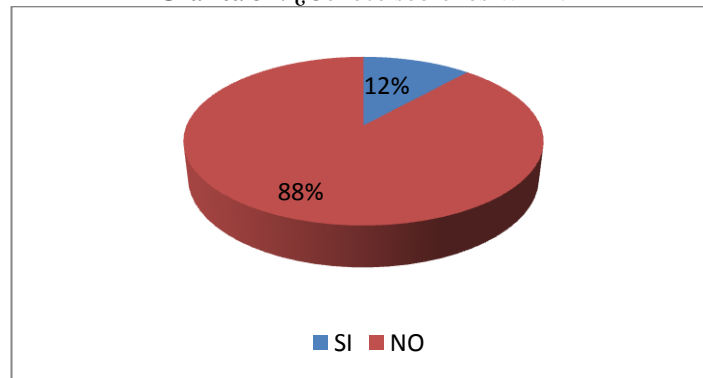


De los turistas extranjeros encuestados, se obtuvo que su procedencia era 18 países de mundo, obteniendo como resultados que la mayoría es decir el 13% provenían de la Venezuela; seguido de un 11% de Estados Unidos; provienen de Colombia, Cuba, e Inglaterra en un 10% cada uno; un 9% proviene de Alemania; un 8% llega de Canadá; y en porcentajes menores tenemos Perú e Italia con un 4% cada uno; provenientes de España, México, Australia, Francia, Argentina un 3% cada uno; turistas de Nueva Zelanda, Ucrania y Suiza con un 2% cada una y finalmente solo el 1% de Chile.

A pesar de que el mayor número de turistas llega de un país sudamericano, existe gran presencia de turistas de países de Norteamérica y Europa, que son destinos a los que apunta la promoción de Quito.

Pregunta 1

Gráfica 37: ¿Conoce sobre los WTA?

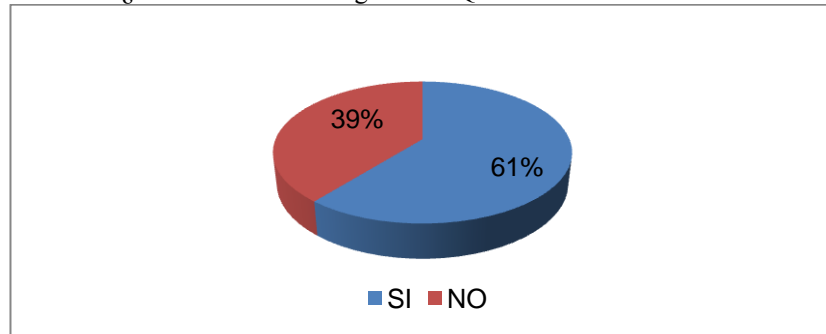


El 88% de los turistas extranjeros respondió que no tenía conocimiento sobre la existencia de los premios World Travel Awards, mientras que el 12% respondió que había escuchado

sobre el premio. Como resultado se obtuvo que el premio es poco conocido por las personas que visitan la ciudad.

Pregunta 2

Gráfica 38: ¿Conoce sobre la designación "Quito Destino Líder de Sudamérica"?

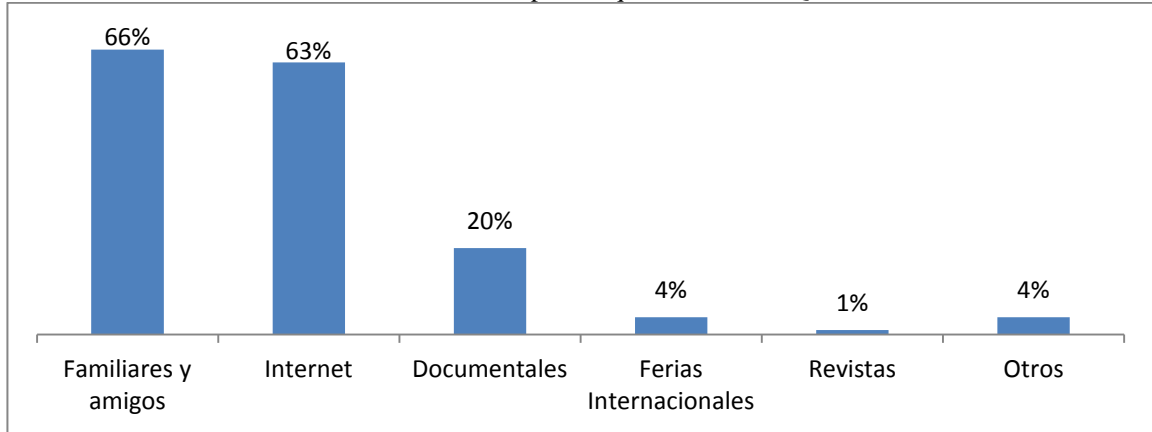


De los 120 turistas encuestados el 61% dijo que si conoce que Quito fue galardonado como destino líder de Sudamérica, mientras que el 39% aseguró no conocer esta información.

La mayoría de los turistas extranjeros no conoce sobre el premio, sin embargo más de la mitad de los encuestados sabe sobre el galardón obtenido por Quito. En respuesta se puede decir que la obtención del premio no ha influido fuertemente en la decisión de visitar la ciudad.

Pregunta 3

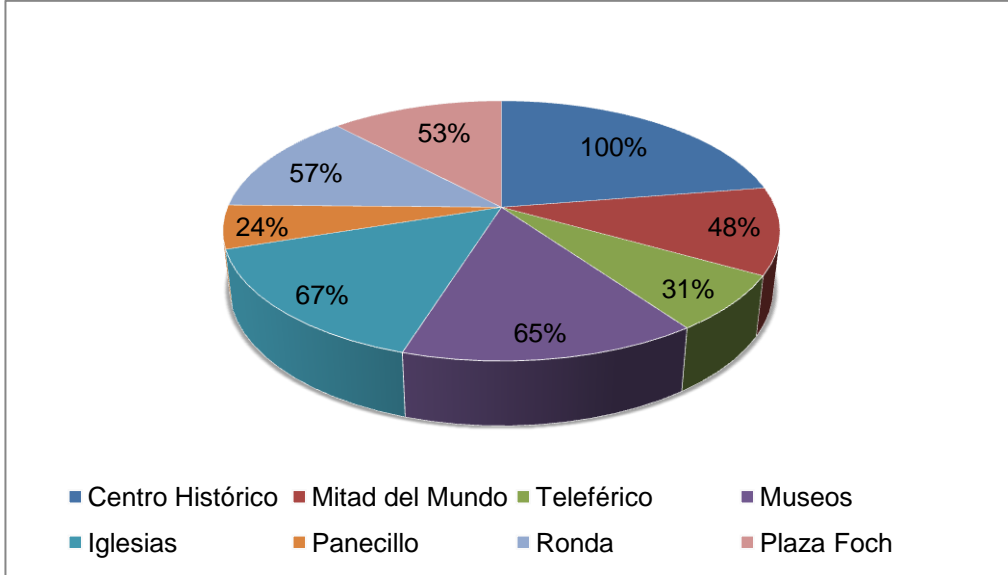
Gráfica 39: Medios por los que se enteró de Quito



De los 120 turistas encuestados el 66% respondió que se enteró por medio de familiares y amigos, un 63% obtuvo información sobre la ciudad por internet, el 20% se enteró además por medio de documentales, el 4% por medio de ferias internacionales, el 4% se enteró por otros medios de comunicación y el 1% se enteró por medio de revistas. Como resultado se obtuvo que la mayoría de los turistas usan el boca a boca es decir escuchan las experiencias que han tenido los demás visitantes, y la recomendación de familiares de los turistas en los diferentes lugares del mundo juega un papel importante para la decisión del turista al momento de elegir un destino para visitar y también utilizan el internet como plataforma para obtener información.

Pregunta 4

Gráfica 40: Sitios que se visitan durante la estadía

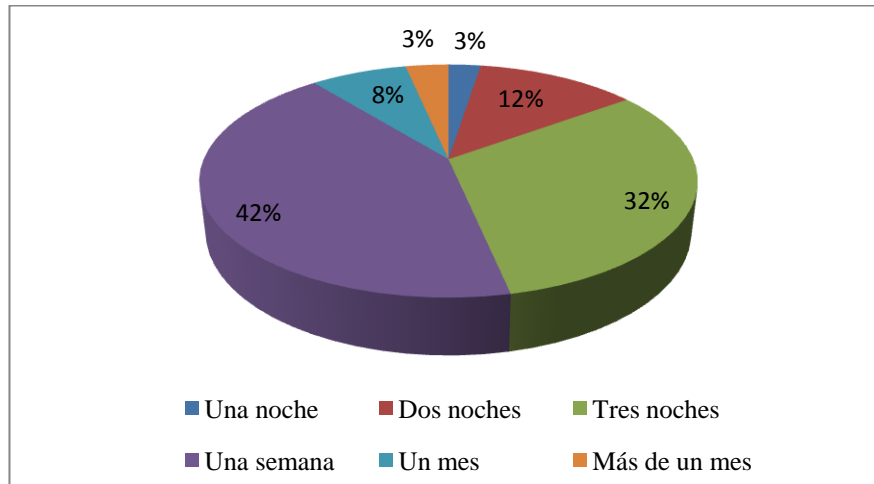


Del total de los 120 encuestados, se obtuvieron 532 respuestas de los lugares que habían visitado durante su estadía, en donde el 100% respondió que visito el centro histórico, seguido de un 67% que visito también en sus recorridos Iglesias, el 65% visito Museos, el 57% visito la Ronda, el 53% visito la Plaza Foch, el 48% visitó la Mitad del Mundo, el 31% visito el teleférico, y el 24% visito el Panecillo.

La mayoría de los turistas extranjeros incluyen en su visita a la ciudad, el Centro Histórico, Museos e Iglesias que se encuentran dentro del casco histórico de la ciudad, la mayoría busca conocer más sobre la cultura de la ciudad.

Pregunta 5

Gráfica 41: Días de visita

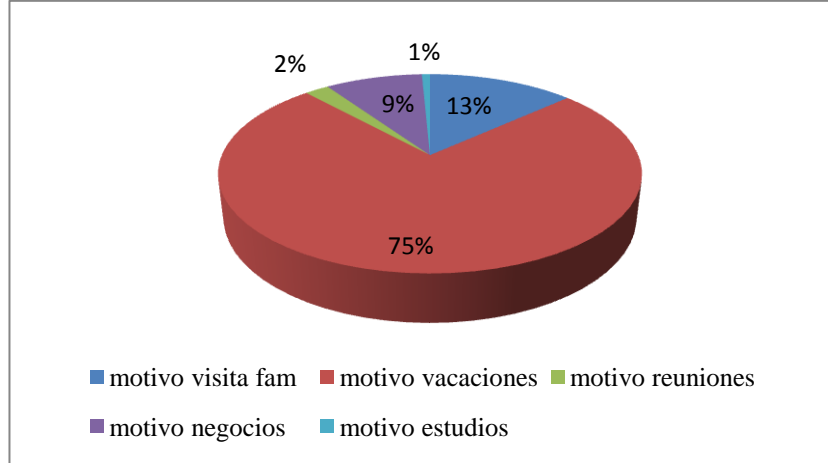


La mayoría de los turistas extranjeros encuestados (43%), se quedan en la ciudad por una semana, seguidos por un 32% de turistas que se quedan 3 noches, el 13% se queda solo 2 noches, el 8% se queda en la ciudad por un periodo de un mes, y un 3% se queda solo una noche y el otro 3% permanece en la ciudad por más de un mes.

El turista extranjero planifica una visita un poco más extendida que les permite conocer un poco más la ciudad y sus atractivos.

Pregunta 6

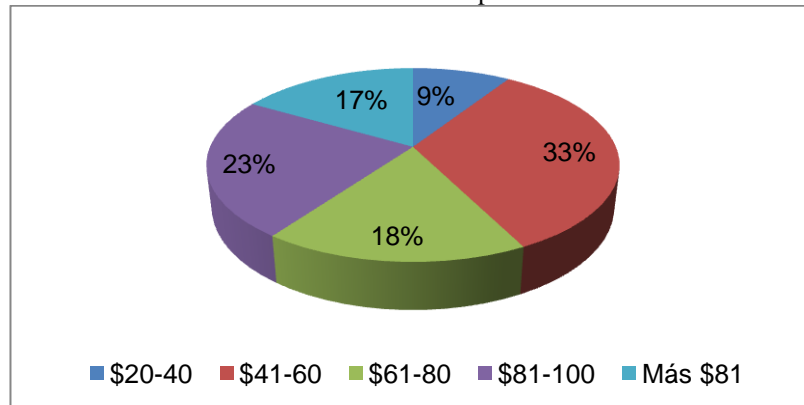
Gráfica 42: Motivos de Viaje



El 84% de los 120 encuestados tiene como motivación principal para visitar la ciudad sus vacaciones, y en menos porcentaje se encuentran con un 15% visita a familiares y amigos, el 10% viaja por motivos de negocios, el 2% visita la ciudad por reuniones, y el 1% visita la ciudad por motivos de estudios. Como respuesta se obtuvo que los turistas extranjeros si incluyen a Quito dentro de su cronograma de vacaciones con una permanencia larga en la ciudad.

Pregunta 7

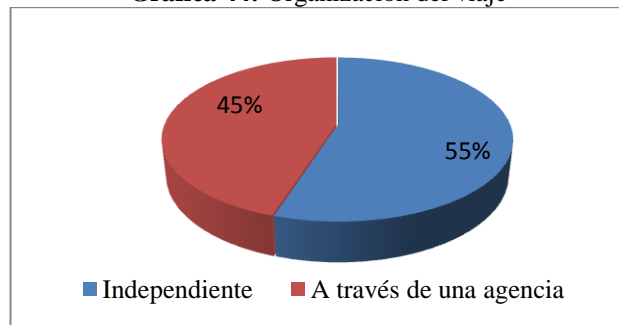
Gráfica 43: Gasto por día



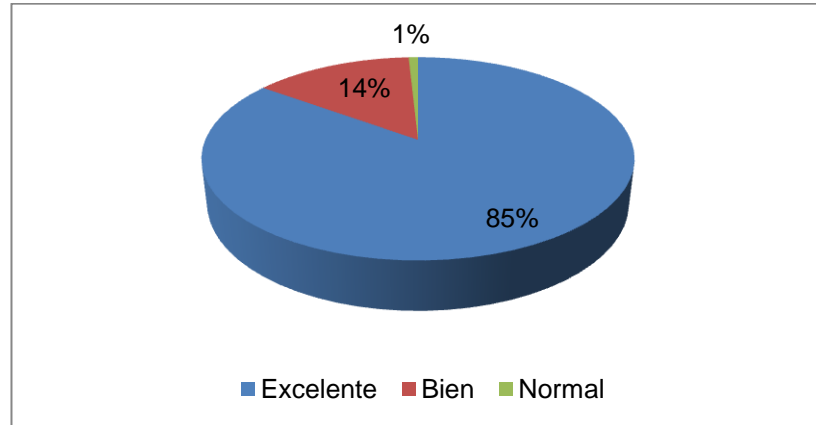
Del total de encuestados, el 33% respondió que su gasto por día era de \$41 a \$60, mientras que un 23% dijo que su gasto iba de los \$81 a \$100 diarios, el otro 18% respondió que su gasto era de \$61 a \$80 diarios y el 17% indicó que su gasto era mayor a \$100 y el 9% gasta entre \$20 y \$40 al día. El gasto promedio del turista extranjero va desde \$41 a \$100, debido a su tiempo de estadía y al ser extranjeros en su mayoría no llegan a casa de familiares y deben cubrir todos los gastos de su permanencia.

Pregunta 8

Gráfica 44: Organización del viaje



El 66% de los encuestados respondió que organizaba su viaje por su propia cuenta, mientras que el 45% lo realiza a través de una agencia de viaje, esto se debe a que algunos prefieren los viajes organizados donde ya tengan un itinerario establecido y guía especializado.

Pregunta 9**Gráfica 45:** Calificación de la visita

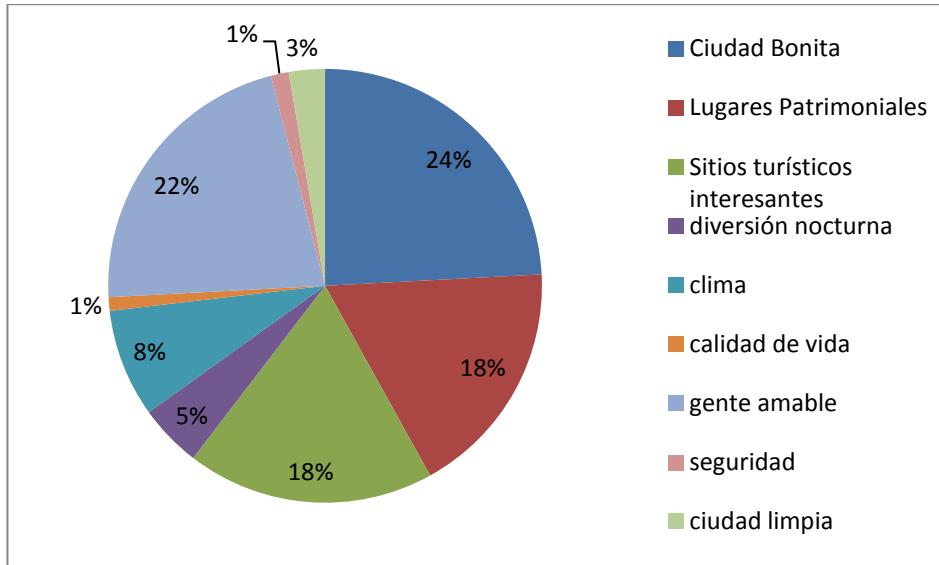
La mayoría de los turistas extranjeros (85%) califican la ciudad como un excelente destino, gracias a sus atractivos y cultura.

Pregunta 10**Tabla 16:** Recomendación

	Nº	Porcentaje
SI	120	100%
total	120	100%

El 100% recomienda visitar la ciudad.

Gráfica 46: Motivos de recomendación

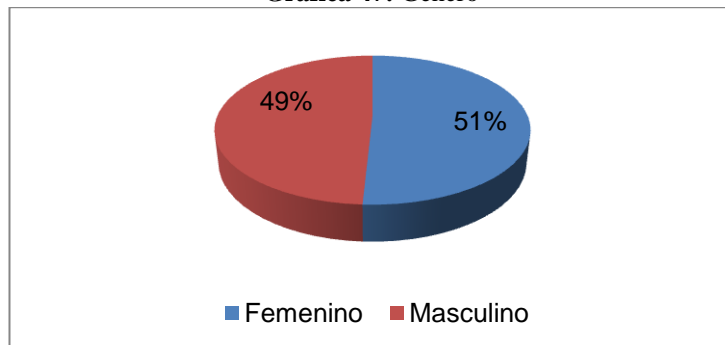


El 24% recomienda la ciudad debido a que es una ciudad bonita, razón por la cual merece ser visitada. La ciudad de Quito posee importantes atractivos que llaman la atención de propios y extraños, por lo tanto es la principal razón por la que se debe visitar la ciudad. Además el 18% mencionó los sitios patrimoniales razón por la cual su Centro Histórico es el mejor conservado de América.

5.1.3 Resultados en base a encuestas realizadas a residentes

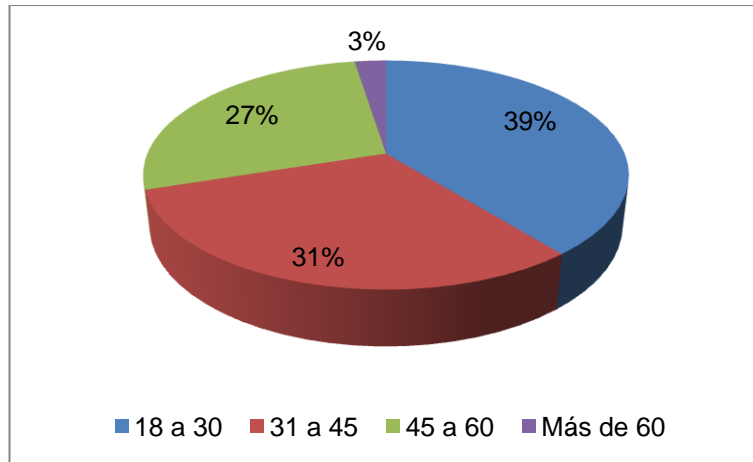
Perfil del residente

Gráfica 47: Género



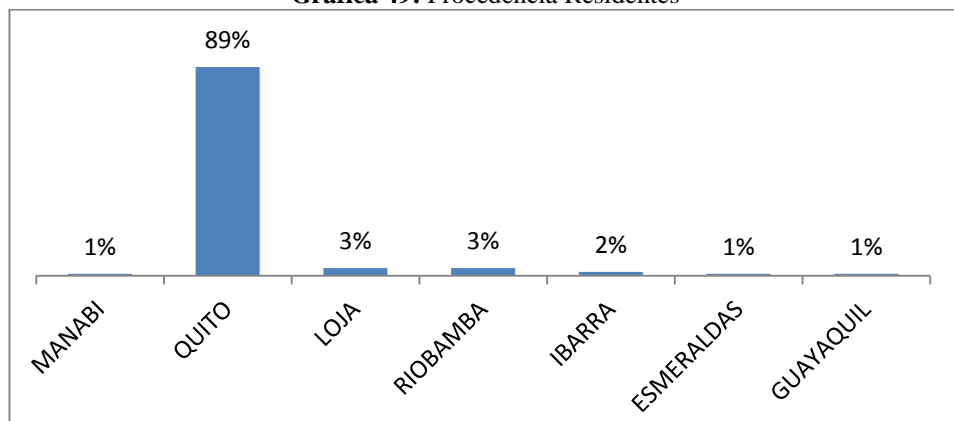
Con respecto al género se observaron porcentajes similares, en donde el 51% de encuestados fueron hombres y el 49% fueron mujeres.

Gráfica 48: Edad



En cuanto a la edad, los residentes presentes en el destino, se destaca el mercado joven-adulto con 39% y 31% respectivamente.

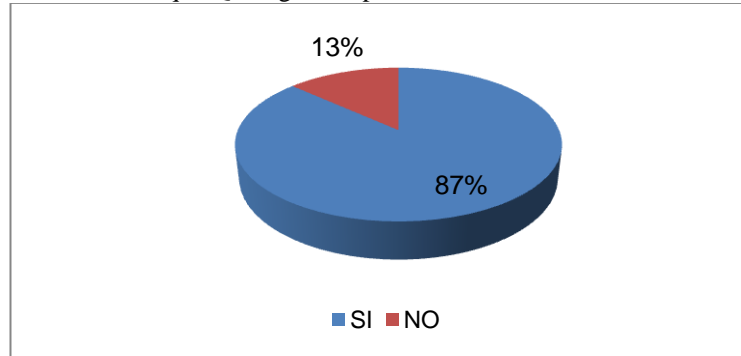
Gráfica 49: Procedencia Residentes



Como resultado de nuestro desglose se obtuvo que la mayoría de encuestados son quiteños con un 89%, como segundo porcentaje más alto tenemos a Loja y Riobamba con un 3%, por medio de las encuestas concluimos que las personas provenientes de otros lugares, se encuentran en el destino por motivos académicos, laborales u otros.

Pregunta 1

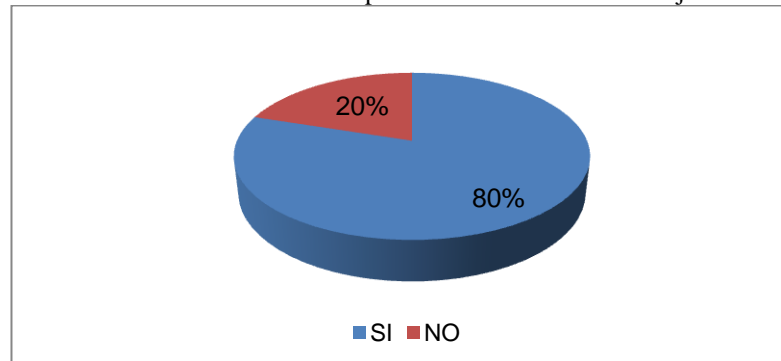
Gráfica 50: Conoce que Quito ganó el premio como Destino Líder de Sudamérica



El 87% de los locales mencionaron que si tenían conocimiento sobre el premio que se le otorgó a Quito, mientras que el 13% desconocía sobre esto.

Pregunta 2

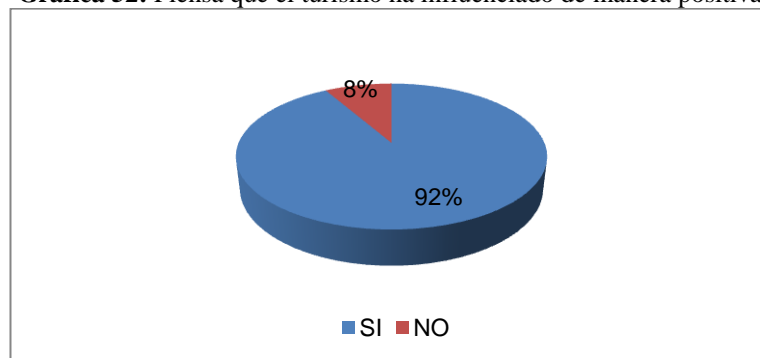
Gráfica 51: Visualiza el incremento de presencia de visitantes extranjeros en la ciudad



El 80% de los residentes respondió que sí ha notado un incremento de turistas en la capital, esto se debe a una mejor promoción turística que ha tenido Quito en los últimos años. Y el 20% restante indicó que no ha notado un aumento de turistas extranjeros, sin embargo asumen que el volumen se mantiene.

Pregunta 3

Gráfica 52: Piensa que el turismo ha influenciado de manera positiva



El 92% de residentes encuestados piensan que el turismo es muy positivo para la ciudad, mientras que el 8% indicó lo contrario.

Pregunta 4

Gráfica 53: ¿Su costo de vida ha sufrido incremento por el turismo?

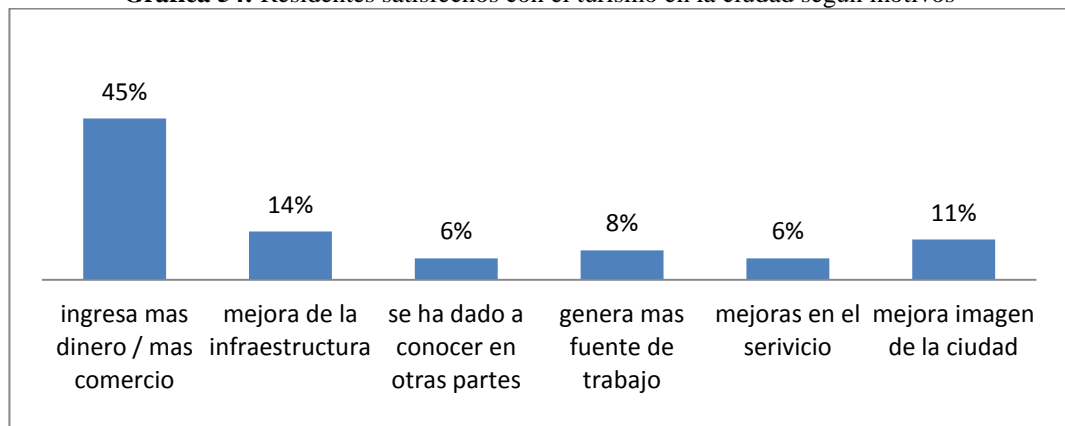


La mayoría indicaron que no han sufrido incremento en cuanto a su costo de vida que constituye el 94% menciona que el turismo no es su rama de trabajo por lo tanto no influye; además que si es que ha habido incremento en el costo de vida, no precisamente es a causa del turismo, sino por diferentes factores ajenos al mismo. Mientras el 6% restante señaló que si.

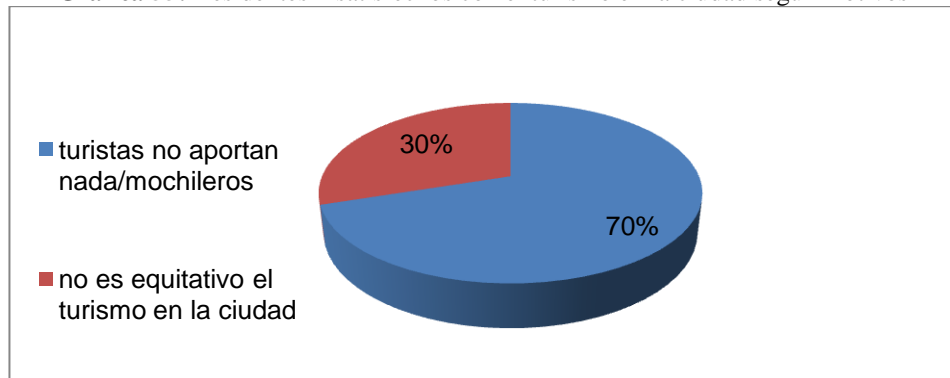
5.2 Resultados de encuestas en base a indicadores

5.2.1 Indicadores de Impacto Sociocultural

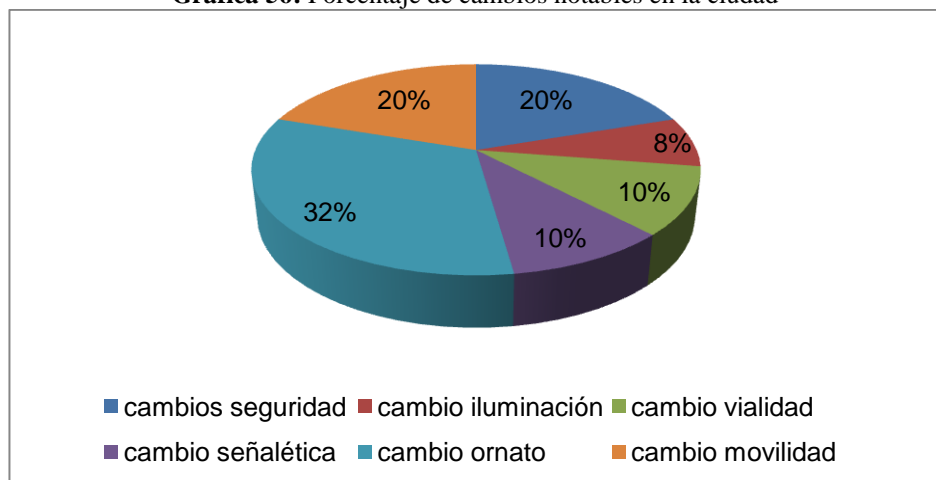
Gráfica 54: Residentes satisfechos con el turismo en la ciudad según motivos



Dentro del 92% de encuestados que piensa que el turismo es positivo para la ciudad, indica que a consecuencia de esta actividad se genera un mayor ingreso económico y aumento comercial siendo representado por el 45%, seguido de mejoramiento de infraestructura con un 14%, entre otros como la mejora de la seguridad, arreglado las vías de acceso que permite una mejor movilidad hacia los diferentes destinos, se han incrementado las tasas de empleo a consecuencia del aumento de oferta y demanda.

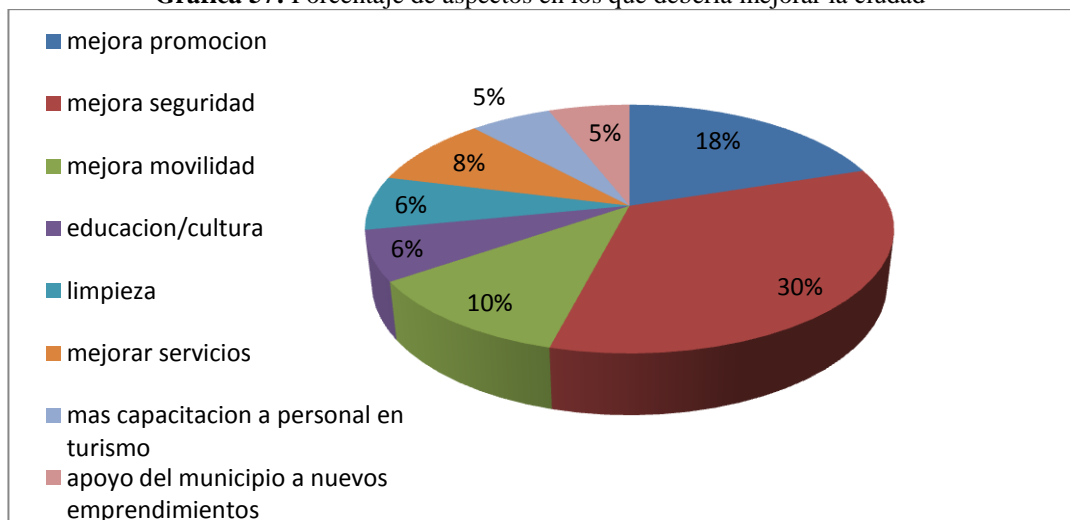
Gráfica 55: Residentes insatisfechos con el turismo en la ciudad según motivos

Del 8% de personas que respondieron que el turismo no ha sido positivo para la ciudad, piensan que hay una alta presencia de turistas mochileros que no aportan de manera significativa en la economía del país, el grupo restante especula que el turismo no es equitativo en la ciudad debido a la concentración del turismo en áreas específicas como el centro histórico, mitad del mundo, teleférico, la Mariscal, lugares que indiscutiblemente tiene fuerte presencia de turistas nacionales e internacionales.

Gráfica 56: Porcentaje de cambios notables en la ciudad

Según la perspectiva de los residentes el cambio más notable que ha tenido la ciudad ha sido en cuanto a su estética con un 32% en lo cual se ha mejorado los aspectos visuales ya sea de ornamentación, estructuras coloniales, embellecimiento en general. Seguido de la seguridad y movilidad representadas por un 20%, esto se ha logrado gracias a la implementación del servicio de Seguridad Turística de la Policía Nacional el cual resguarda la seguridad del turista que se encuentran en los sitios de interés turístico, con respecto a la movilidad se ha implementado y mejorado el servicio de transportación.

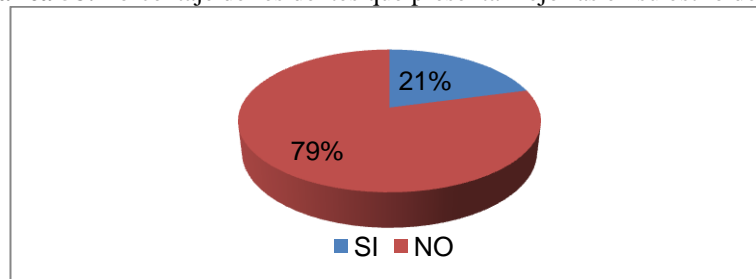
Gráfica 57: Porcentaje de aspectos en los que debería mejorar la ciudad



Según la perspectiva del residente, cree que en la ciudad de Quito hace falta mejorar el servicio de seguridad (30%), seguido de promoción, movilidad, servicios, etc. Debido a que aún existen índices de robos considerables en la ciudad, tanto en el centro como en medios de transporte; la promoción de la ciudad es otra mejora que los residentes consideran que debe ser tomada en cuenta, para ayudar a incrementar la llegada de los turistas, entre las otras mejoras se encuentran la movilidad (10%), limpieza (6%), educación en cuanto a

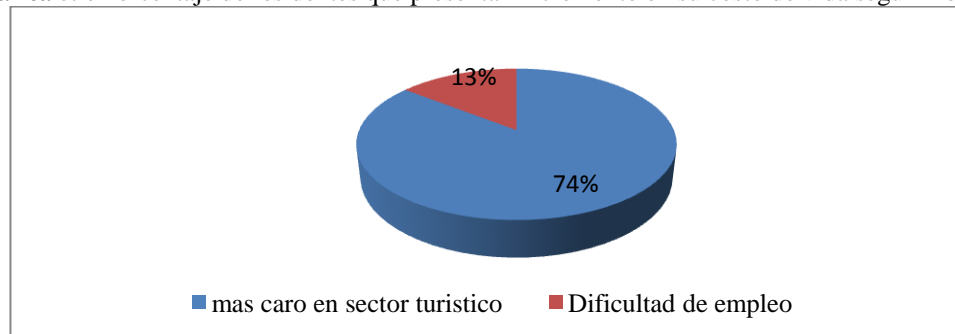
servicio (6%), mejora del servicio a los turistas (8%), entre otros que son mejoras que muy pocos consideran que hacen falta a la ciudad.

Gráfica 58: Porcentaje de residentes que presenta mejorías en su estilo de vida



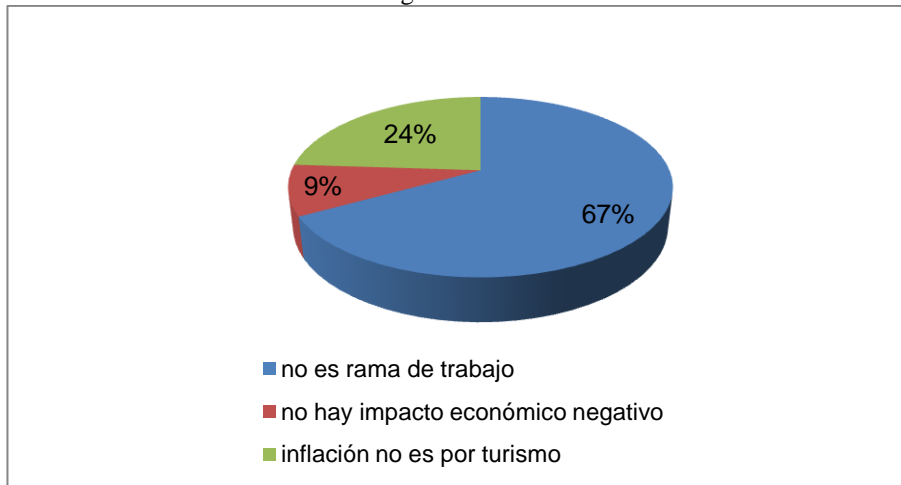
El 79% manifestó que el turismo no ha beneficiado su estilo de vida, esto se debe a que no toda la población encuestada se encuentra inmersa en el sector turístico por lo tanto no lo pueden presenciar en su diario vivir. Por lo tanto se asume que el 21% que respondió afirmativamente se da porque tienen contacto ya sea directo o indirecto con el turismo.

Gráfica 59: Porcentaje de residentes que presentan incremento en su costo de vida según motivos



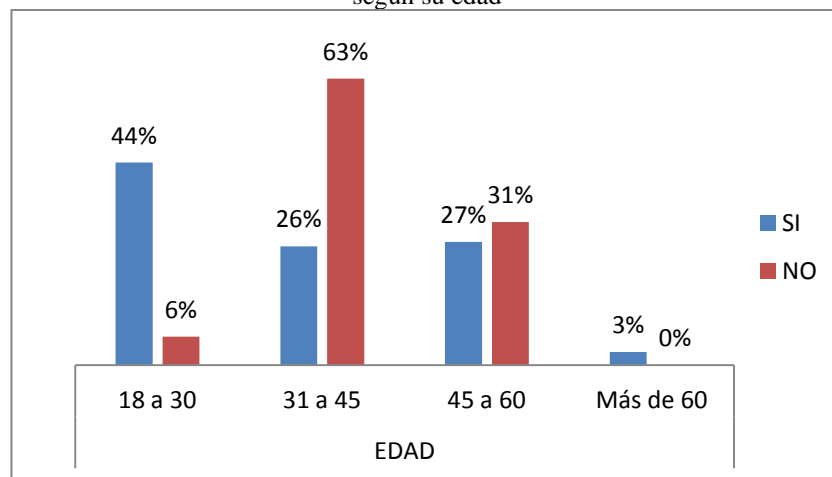
Dentro del 6% que mencionó haber tenido incremento en su costo de vida, señaló que una de las razones es por la inflación de los precios en la planta turística (74%) mientras que el 13% indica que ahora es mucho más difícil conseguir empleo y por lo tanto no tienen los suficientes ingresos.

Gráfica 60: Porcentaje de residentes que no ha experimentado incremento, ni beneficio en su costo de vida según motivos



Dentro del 94% que mencionó que su costo de vida no ha sufrido incremento ni se ha visto beneficiado por la actividad, menciona que el turismo no es su rama de trabajo (67%) por lo tanto no influye; el 24% indicó que si es que ha habido incremento en el costo de vida, no precisamente es a causa del turismo, sino por diferentes factores ajenos al mismo.

Gráfica 61: Porcentaje de residentes que conocen la designación de Quito como Destino Líder de Sudamérica según su edad

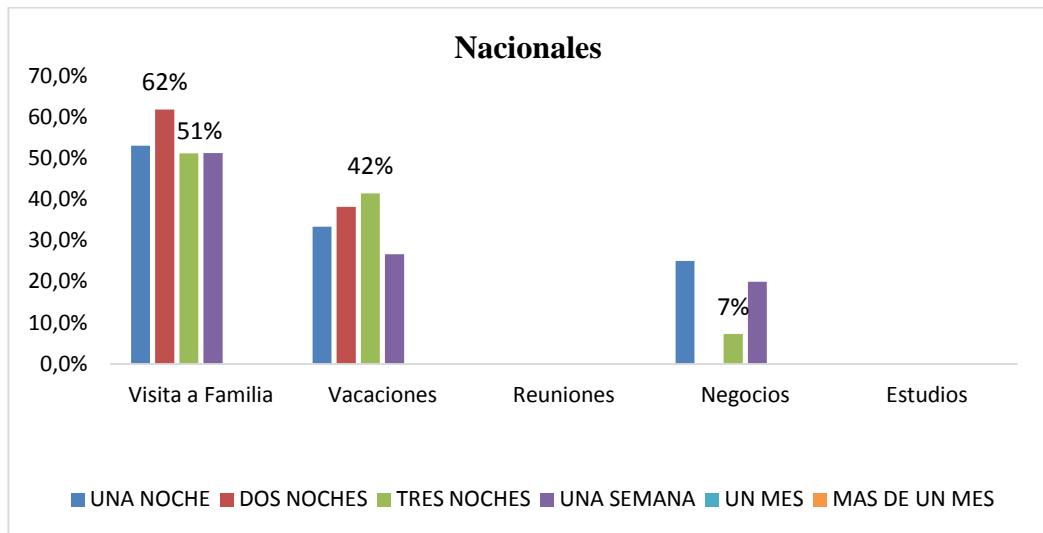
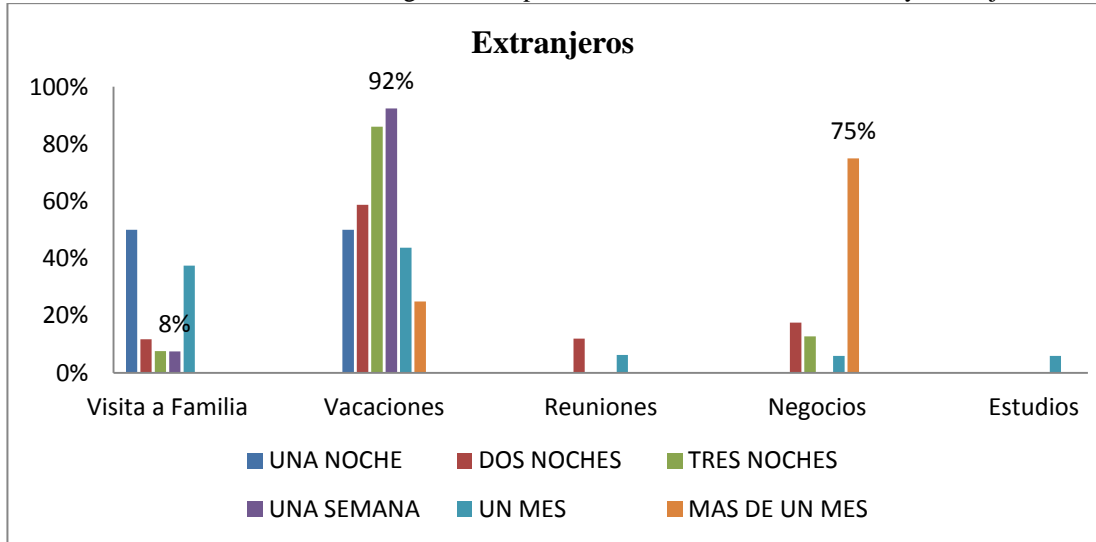


Dentro del rango de 18 a 30 la mayoría (44%) conoce sobre la designación de Quito, mientras que el 6% no tiene conocimiento sobre dicho galardón; en el rango de 31 a 45 años el 63% respondió que no sabe sobre el premio y el 26% si está enterado de dicho acontecimiento, de las personas de 45 a 60 años encuestadas el 31% respondió que no sabía sobre el premio y el 27% contestó que si estaba enterado de esa información, mientras que solo el 3% las personas con más de 60 años respondió saber sobre el galardón.

Las personas jóvenes al tener fácil acceso al internet y redes sociales que son los medios por donde mayormente se promociona a Quito como destino líder de Sudamérica, son los que están enterados sobre los más recientes acontecimientos de la ciudad. Sin embargo se puede ver que el nivel de personas que no conocen sobre el tema es muy alto, por lo cual se puede concluir que hace falta promoción por otros medios de comunicación para llegar a la mayoría de habitantes.

5.2.2 Indicadores de Impacto Económico

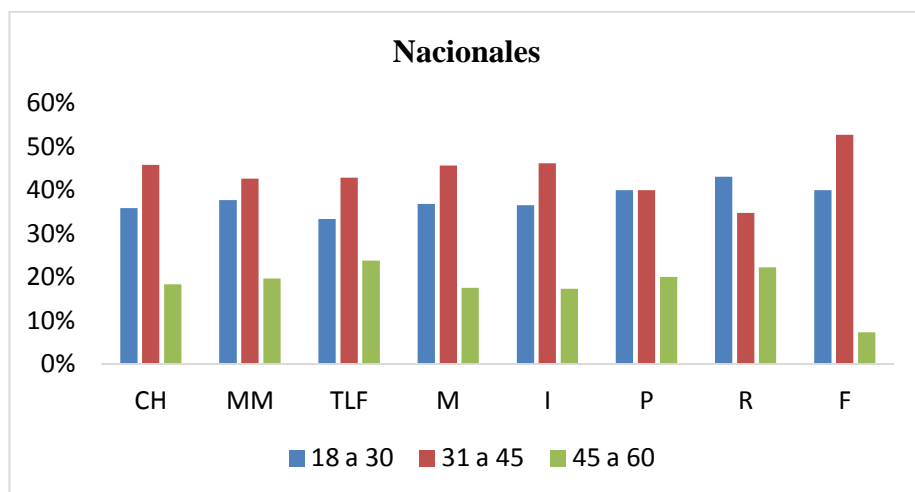
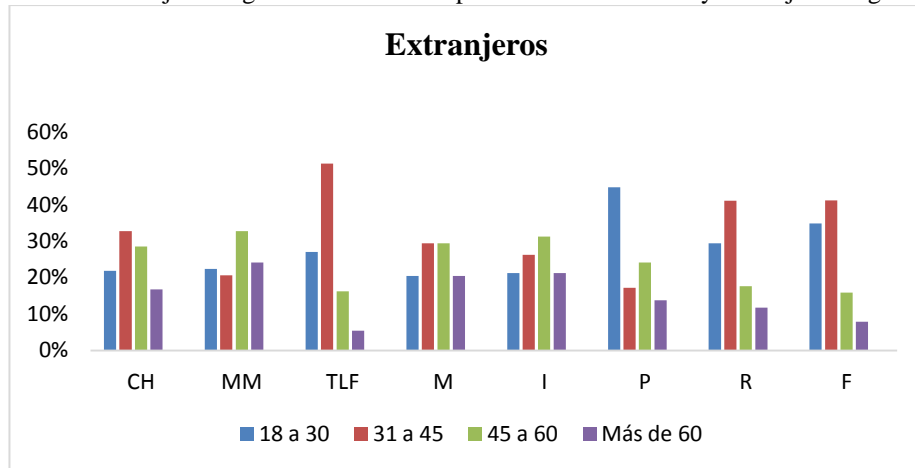
Gráfica 62: Motivo de visita según el tiempo de estadía de turistas nacionales y extranjeros



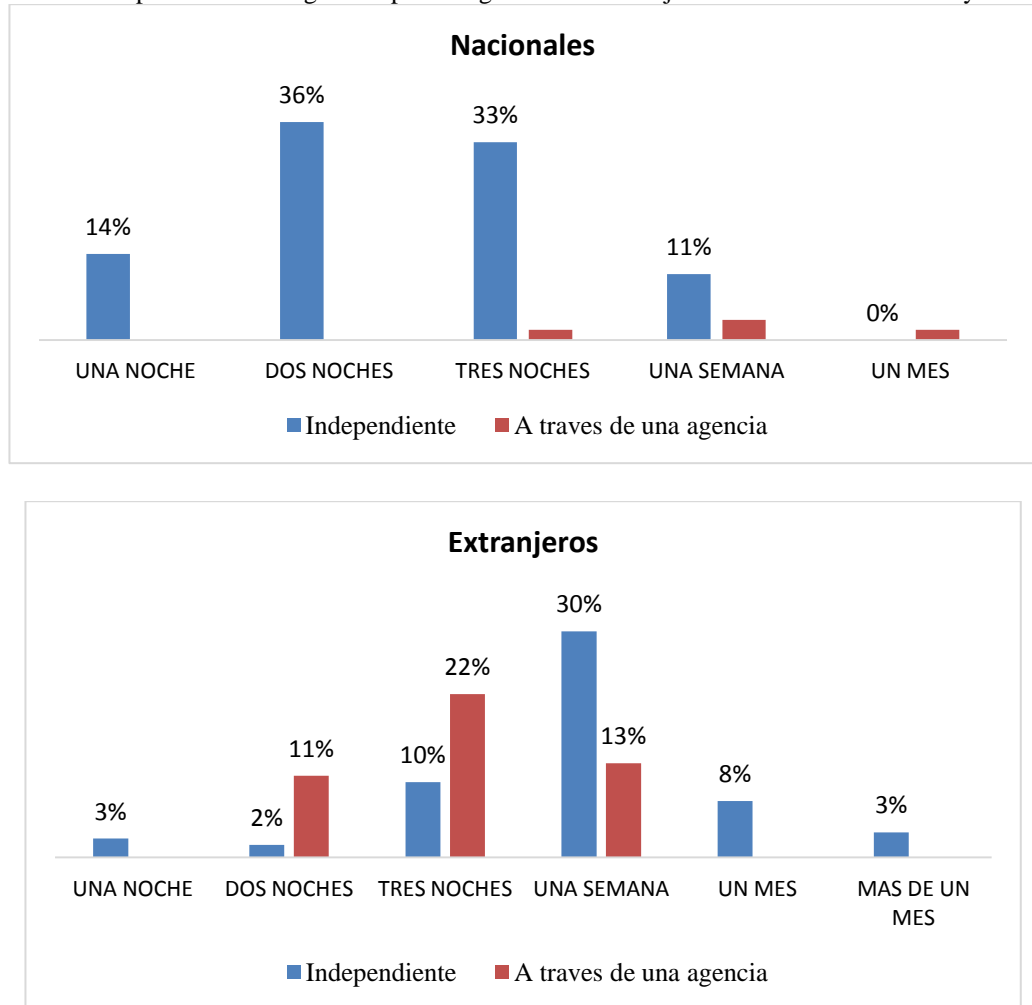
En una comparación del tiempo de estadía que pasa el turista nacional versus el turista extranjero, se obtiene como resultado que por motivos de visita a familiares y amigos el nacional permanece en un 62% dos noches seguido de un 42% por vacaciones con un total

de 3 noches, mientras que el extranjero con un 92% permanece una semana por vacaciones, sin embargo el 75% de extranjeros se queda en la ciudad mas de un mes por negocios.

Gráfica 63: Porcentaje de lugares más visitados por turistas nacionales y extranjeros según su edad



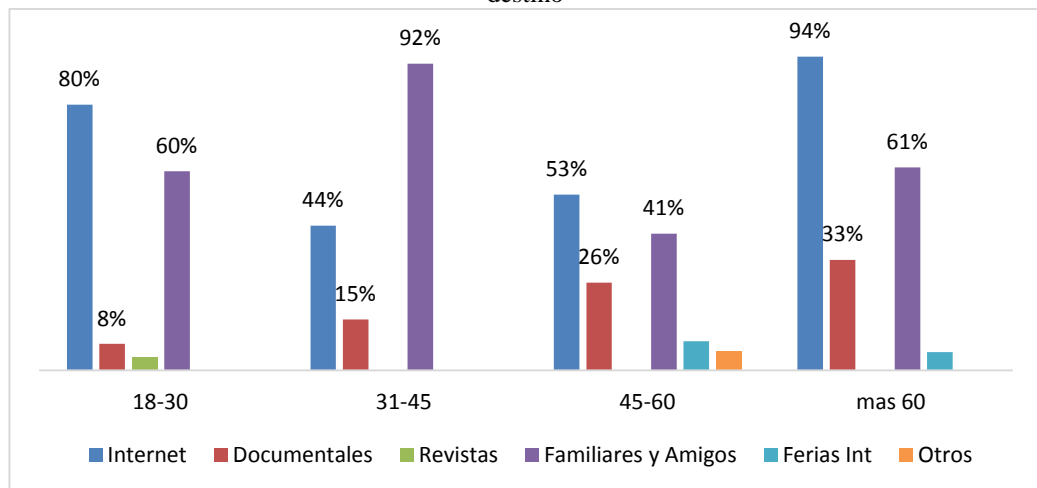
Según los rangos de edades, los turistas extranjeros de 31 a 45 años que son los más llegan a la ciudad visitan en mayor porcentaje el teleférico y los de 18 a 30 prefieren el pancillo; en cambio los turistas nacionales de 31 a 45 visitan la Mariscal Foch y los de 18 a 30 La Ronda.

Gráfica 64: Tiempo de estadía según el tipo de organización de viaje de los turistas nacionales y extranjeros

Según el tipo de organización del viaje los turistas nacionales y extranjeros se quedan entre una noche y más de un mes en la ciudad, siendo el porcentaje más alto los turistas nacionales y extranjeros que realizan su viaje de forma independiente, con una estadía máxima de dos noches para los turistas nacionales (36%) y una semana para los turistas extranjeros (30%), seguido por una estadía de 3 noches organizada de forma independiente para los turistas nacionales (33%) y organizada a través de una agencia para los turistas extranjeros (22%). Los turistas extranjeros utilizan como medio de organización de viaje las

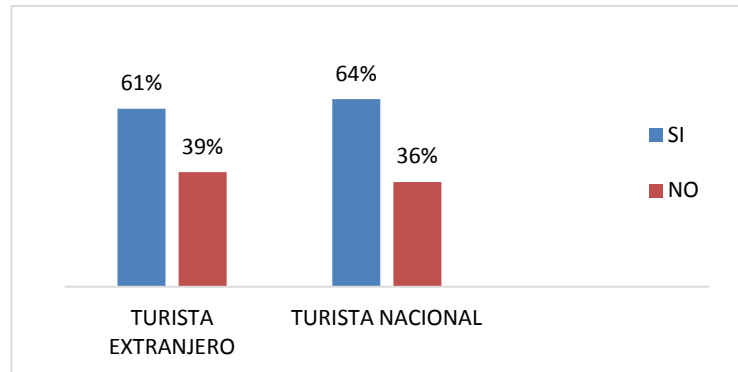
agencias mayormente, que los turistas nacionales que en su mayoría lo realizan por su propia cuenta, sin embargo los turistas extranjeros planifican estadías largas de forma independiente. Las estadías de un mes son planificadas de forma independiente (8%) y más de un mes (3%) corresponde a personas que permanecen en la ciudad por motivos de trabajo y por motivos de estudios.

Gráfica 65: Porcentaje de edad de turistas extranjeros según los medios por los que se enteran sobre el destino



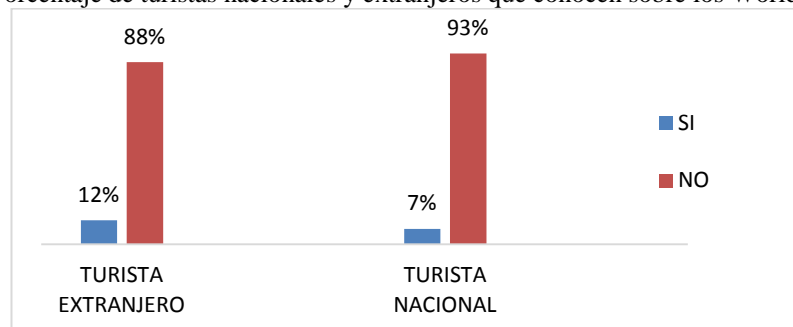
Del total de los turistas encuestados, se obtuvo como resultado que la mayoría usa el internet como herramienta para conocer previamente sobre el destino, mientras que los adultos de 31 a 45 años se enteran a través de sus familiares o amigos.

Gráfica 66: Porcentaje de turistas nacionales y extranjeros que conocen a Quito como Destino Líder de Sudamérica



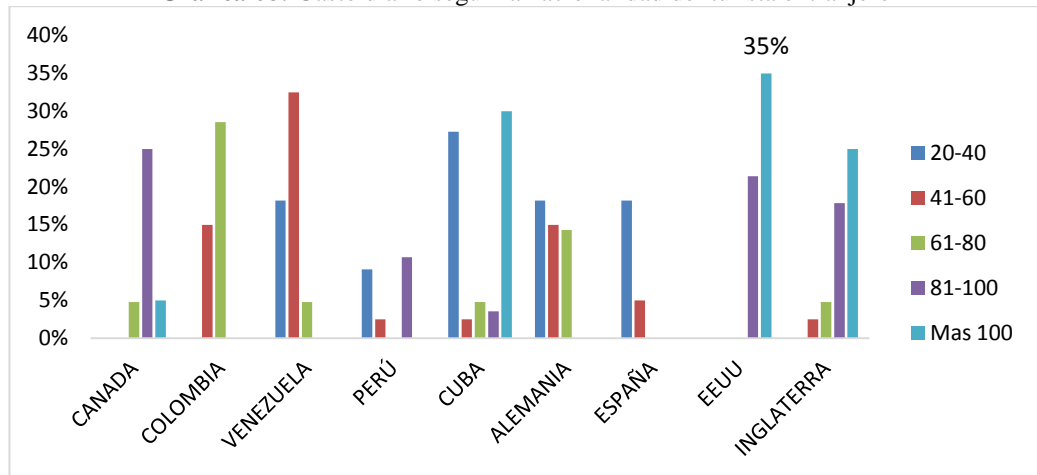
Comparando al turista nacional y extranjero sobre la designación que obtuvo Quito, se puede observar que el 64% (nacional) y el 61% extranjero están casi iguales. Esto se debe a que hay una buena promoción y difusión dentro del país al contrario de lo que se ve externamente, y el extranjero se entera del premio cuando llega al destino más no estando afuera.

Gráfica 67: Porcentaje de turistas nacionales y extranjeros que conocen sobre los World Travel Awards



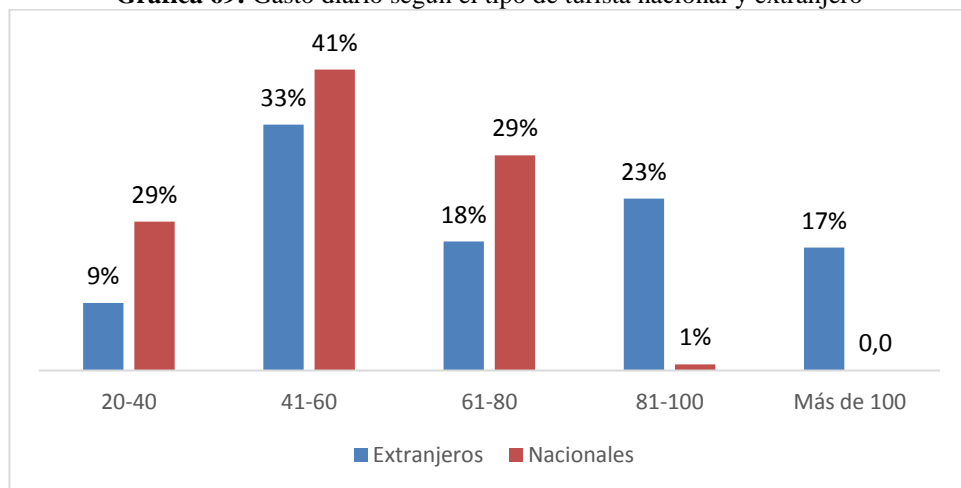
Según los datos obtenidos, tanto el turista nacional como el extranjero no conocen sobre los World Travel Awards, el motivo indica que es porque no es una empresa tan reconocida en el campo no turístico.

Gráfica 68: Gasto diario según la nacionalidad del turista extranjero



Los turistas que más gastan provienen de Estados Unidos, es decir consumen en lo que respecta a alimentación, alojamiento y compra de artesanías en mayor porcentaje, por lo tanto el sector económico se ve beneficiado.

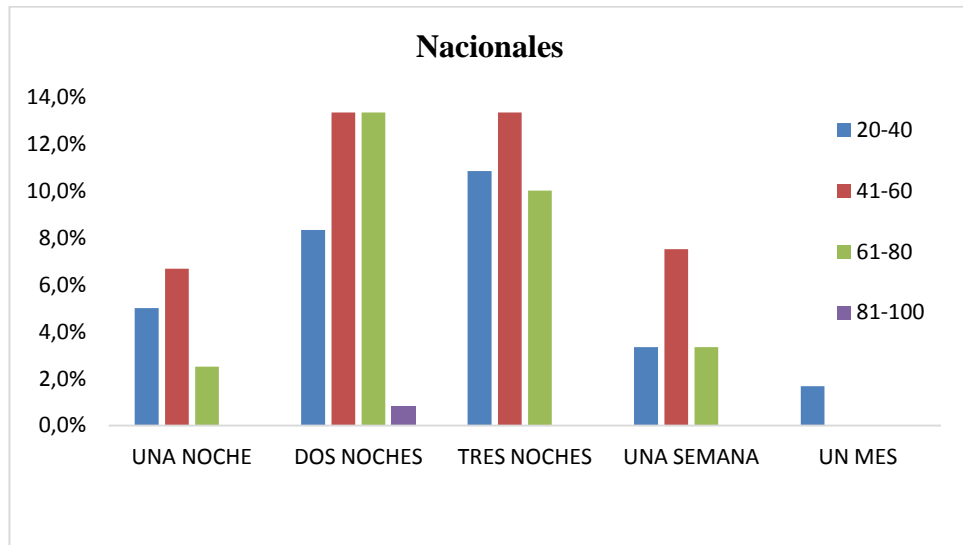
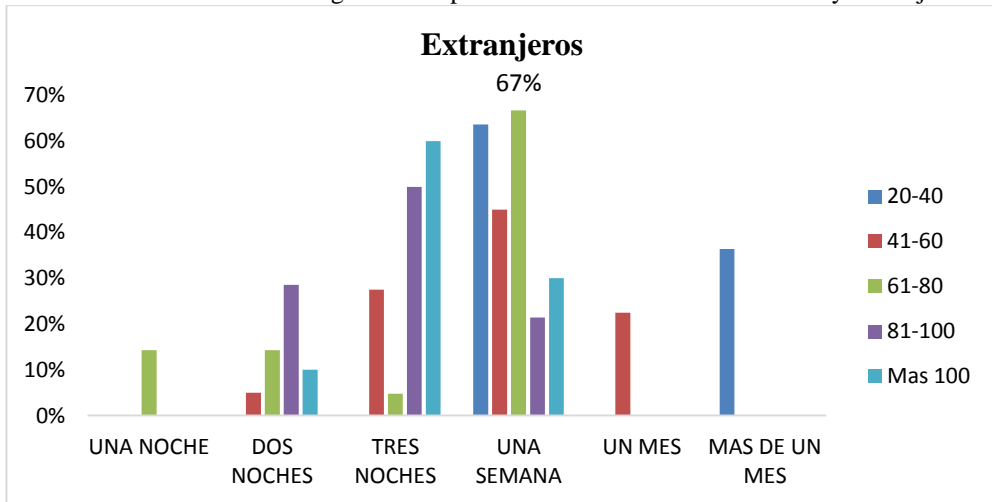
Gráfica 69: Gasto diario según el tipo de turista nacional y extranjero



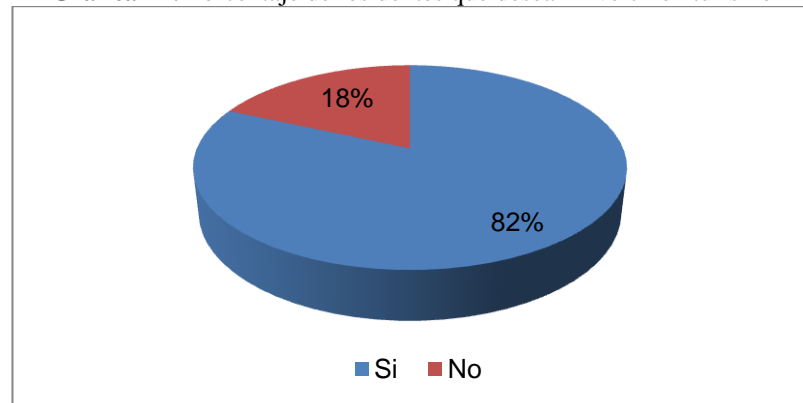
El gasto de los turistas extranjeros va entre los \$20 a \$100, esto se da debido a que incurren en gastos como alimentación, compra de artesanías, visitas a lugares turísticos, etc. mientras que los nacionales tienen un gasto que va desde los \$20 a \$80 y esta diferencia se

da debido, a que generalmente cuando viajan se hospedan en casa de familiares o amigos y no realizan mayor consumo.

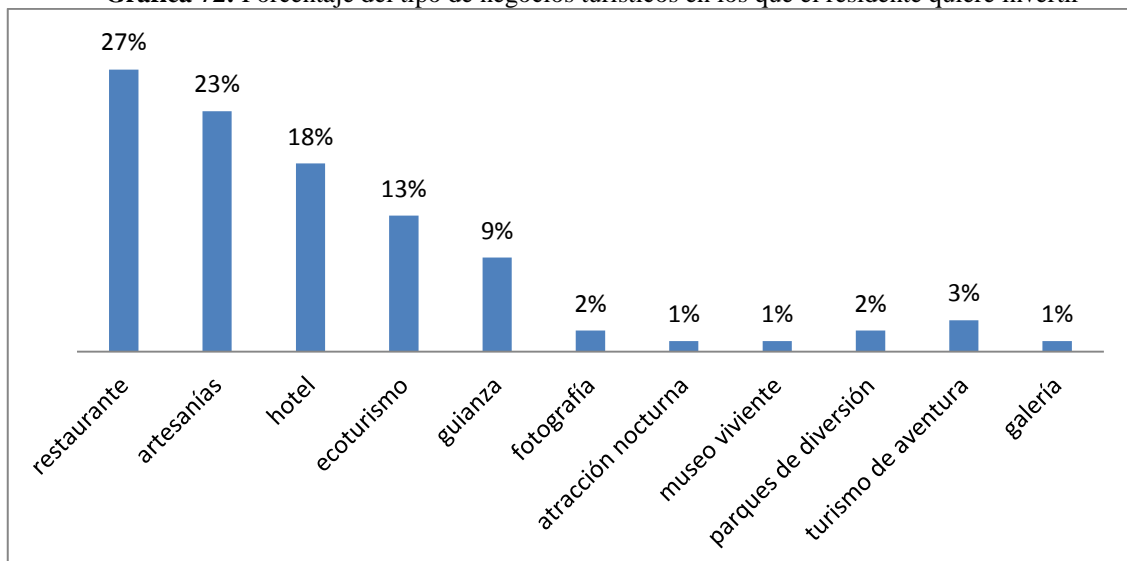
Gráfica 70: Gasto diario según el tiempo de estadía de turistas nacionales y extranjeros



El extranjero que se queda alrededor de una semana gasta entre \$61 a \$80 en diferentes actividades que se pueden realizar en el lugar, mientras que el nacional que se queda de dos a tres noches gasta cerca de \$41 a \$60, por lo que generalmente se hospedan en casa de familiares o amigos.

Gráfica 71: Porcentaje de residentes que desean invertir en turismo

La mayoría de los residentes encuestados se mostraron dispuestos a invertir en un negocio turístico (82%), mientras que el 18% optó por mantenerse al margen.

Gráfica 72: Porcentaje del tipo de negocios turísticos en los que el residente quiere invertir

Dentro del 82% que está dispuesto a invertir en el sector turístico, optaron por negocios llamativos como restaurantes (27%), locales de artesanías (23%), hoteles-hostales (18%), etc. Estos tipos de negocios son los que se encuentran más activos en la actividad turística, por lo tanto son los primeros en ser tomados en cuenta.

5.3 Análisis de los Resultados

De los resultados que se obtuvieron en general, el impacto turístico en la ciudad de Quito ha sido positivo, puesto que debido al incremento de llegadas de turistas a la ciudad se han visto mayores ingresos por turismo ayudando a la economía local que trabaja en el sector turístico y a los que indirectamente influyen en el mismo. Las entrevistas a la planta turística dieron como resultado que los involucrados ven al turismo como un factor positivo en la ciudad tanto por los ingresos que generan y por las mejoras en infraestructura y calidad impulsadas por los diferentes actores.

Quito posee diferentes atractivos culturales y naturales, esto, debido a su ubicación geográfica que permite que se diversifique la oferta turística de la ciudad, teniendo así varias opciones tanto para locales y extranjeros. Los turistas generalmente visitan los sitios turísticos de siempre como el Centro Histórico, el sector de La Mariscal, Mitad del Mundo y Teleférico, los que son identificados ya por el turista previo a su llegada. Esto se debe a que no todos los sectores están preparados para recibir a todos los tipos de turistas que llegan a la ciudad de Quito por lo cual se han implementado nuevas rutas para incentivar el turismo interno en la ciudad y así poco a poco se vayan adaptando las nuevas zonas a recibir turistas y en un futuro puedan recibir todos los tipos de turistas.

Por medio de las entrevistas realizadas a los involucrados en la planta turística se pudo conocer que la inversión realizada en este sector es considerada rentable y en ascenso

debido a que la actividad turística posee diferentes áreas (alojamiento, restauración, intermediación, entre otros) las cuales estarán involucradas en la toma de decisiones del turista al momento de planificar su viaje. De la misma manera los residentes manifestaron que ven al sector turístico como una buena opción al momento de pensar en una inversión, debido que analizan el aumento de turistas, plazas de empleo, ingreso de divisas.

La planta turística en la ciudad de Quito ha tenido un importante crecimiento según el registro de establecimientos catastrados, esto debido a los controles que se efectúan para que todas las empresas que prestan servicios turísticos estén registrados y cumplan al margen de la ley. Las medidas que se toman en la actualidad buscan que exista un control exclusivo tanto en el registro como en la calidad de los servicios que ofertan las empresas. Adicionalmente se ha vuelto un destino atractivo para los inversionistas en el exterior, en su mayoría hoteleros que llegaron con proyectos de cadenas hoteleras tanto económicas como de lujo.

El municipio de Quito junto con la empresa pública Quito Turismo ha implementado planes de gestión de la calidad, donde se establecen normas de regulación para fortalecer el funcionamiento de los negocios, mejorar la calidad, incrementar el número de personas capacitadas para atender al turista que llega a la ciudad y mejora de los servicios que se ofrecen. El aporte que hace la empresa pública es fundamental en el desarrollo de las zonas especiales turísticas que comprenden el Centro Histórico y la Mariscal. Así como se han implementado mejoras en la ciudad en cuanto a servicio, calidad e infraestructura, se han

creado nuevas estrategias para promocionar a la ciudad en el exterior y poder llegar a sus mercados metas fuera del continente que son Alemania, Inglaterra y España, y dentro del continente Estados Unidos, Colombia, Argentina, Chile, México y Brasil, los dos últimos mercados nuevos donde recién se están implementando estrategias para darse a conocer.

Entre las estrategias que ha utilizado el departamento de Promoción de Quito Turismo ha sido la instalación de oficinas de turismo en los diferentes países para estudiar a la demanda potencial, trabajar directamente con medios de comunicación por medio de boletines y darse a conocer como destino turístico mencionando siempre los principales galardones y reconocimientos que ha obtenido en los últimos años para llamar la atención de las personas que reciben el mensaje; otra de las estrategias que según la empresa pública les ha servido muy bien, es la participación en concursos de la industria turística que le permiten hacer una promoción de bajo costo y con mayor impacto.

Finalmente el galardón obtenido por los World Travel Awards no representa una influencia importante en los motivos por los que visita del turista la ciudad, el premio es poco conocido por los visitantes que llega a la ciudad y más bien la llegada de turistas se debe principalmente a que han obtenido información sobre el destino en internet, o por recomendación de familiares o amigos de los turistas, que lo plantean como un destino muy bonito, con una vasta riqueza arquitectónica y cultural y con gente amable que sabe dar un buen servicio.

CONCLUSIONES

1. El número de turistas que llegan a la ciudad de Quito ha incrementado considerablemente desde el año 2011 lo cual es un indicador de que existe un mayor impacto en el destino a partir de ese año.
2. La diversidad de países de donde llegan los turistas es una constante de que la promoción internacional que tiene Quito turismo está dando resultados.
3. Quito tiene diversos atractivos turísticos (culturales y naturales), sin embargo siguen siendo los atractivos de siempre los más visitados por el turista.
4. Es predominante la presencia de turistas tanto nacionales como extranjeros de 30 a 45 años con un nivel de estudio superior, lo cual es un indicador que llegan en su mayoría turistas conscientes al destino y no afectan negativamente la ciudad.

5. El objetivo principal del Departamento de Promoción de Quito turismo es poder usar los concursos de premios de la industria turística como plataforma de promoción a nivel mundial indistintamente de obtener el premio.
6. El impacto turístico en general ha sido positivo para la ciudad debido a las constantes mejoras que se han realizado en los diferentes sectores turísticos, beneficiando directa e indirectamente a los residentes.
7. Los World Travel Awards son premios poco conocido por los turistas en general, sino más bien conocidos en el mundo de la industria turística.
8. A pesar de que el principal objetivo de este estudio era conocer si hubo un aumento en la llegada de turistas gracias al premio obtenido por los World Travel Awards, el resultado demostró que este no incidió de manera principal en los motivos de visita a la ciudad.

RECOMENDACIONES

1. Debería existir un registro del número de turistas internacionales que llegan por el aeropuerto de Quito indicando cuantos días se queda en la ciudad.
2. Se debe hacer más énfasis en mejorar infraestructura y la calidad del servicio en los sectores aledaños de la ciudad, para que sea equitativo y potenciarlo de mejor manera para el turista local.
3. Deberían mejorar más en la seguridad de los sectores turísticos, con el fin de que existan zonas distinguidas como seguras en los que el turista pueda realizar sus recorridos con tranquilidad y no a la expectativa de sus pertenencias.
4. Se debería establecer horarios y rutas específicas, en los que se realicen las diferentes actividades turísticas como city tours o recorridos en las chivas y no se vean afectadas por el tráfico de la ciudad.

5. Se debería elaborar un estudio de capacidad de carga para los diferentes atractivos turísticos que tiene el distrito metropolitano, con la finalidad de evitar un acelerado deterioro del atractivo.
6. Facilitar al turista tanto nacional como internacional la información necesaria en puntos de información, folletería, revistas y la web, sobre el premio otorgado a la ciudad por los World Travel Awards con el fin de elevar el conocimiento de los turistas sobre este aspecto y se vean atraídos por el mismo.
7. Realizar un seguimiento de material donde contenga información y análisis actualizados para una mejor profundización en varios aspectos.
8. Se debe contar con un análisis de situación del desarrollo turístico de las Zonas Especiales Turísticas de Quito.

ANEXOS

Anexo 1: Modelo encuesta turista nacional



ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS NACIONALES

**Escuela Superior Politécnica del Litoral
 Facultad de Ingeniería en Marítima, Ciencias Biológicas, Oceánicas y Recursos Naturales
 Licenciatura en Turismo**

**Estudio sobre el impacto turístico que ha recibido la ciudad de Quito al ser galardonada
 Destino Líder de Sudamérica en el 2013**

El propósito de la encuesta es recabar información que nos facilite a determinar el impacto que ha tenido la ciudad de Quito luego de haber recibido el galardón de Destino Líder de Sudamérica.

Género:

Femenino

Masculino

Edad:

18 a 30
 31 a 45

46 a 60
 Más de 60

Nacionalidad:

1. ¿Conoce usted sobre los World Travel Awards?

SI

NO

2. ¿Conoce sobre la designación de Quito como “Destino Líder de Sudamérica otorgado por los WTA?”

SI

NO

3. ¿Cuáles son los sitios que ha visitado en su estadía en la ciudad?

Centro Histórico
 Mitad del Mundo
 Teleférico
 Museos

Iglesias
 La Ronda
 Plaza Foch
 Otro especifique:.....

- 4. ¿Cuántos días se queda en la ciudad de Quito?**
- | | | | |
|-------------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| Una noche | <input type="checkbox"/> | Una semana | <input type="checkbox"/> |
| Dos noches | <input type="checkbox"/> | Un mes | <input type="checkbox"/> |
| Tres noches | <input type="checkbox"/> | Más de un mes | <input type="checkbox"/> |
- 5. ¿Cuál fue la principal motivación del viaje?**
- | | | | |
|------------------------------------|--------------------------|-----------|--------------------------|
| Visita a familiares o amigos | <input type="checkbox"/> | Negocios | <input type="checkbox"/> |
| Ocio, recreo, vacaciones | <input type="checkbox"/> | Estudios | <input type="checkbox"/> |
| Reuniones, congresos, conferencias | <input type="checkbox"/> | Otro..... | |
- 6. ¿Cuál es el gasto individual promedio por día en su visita?**
- | | | | |
|-------------|--------------------------|--------------|--------------------------|
| \$20 a \$40 | <input type="checkbox"/> | \$81 a \$100 | <input type="checkbox"/> |
| \$41 a \$60 | <input type="checkbox"/> | Más de \$100 | <input type="checkbox"/> |
| \$61 a \$80 | <input type="checkbox"/> | | |
- 7. ¿Cómo organizó su viaje?**
- | | | | |
|---------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| Independiente | <input type="checkbox"/> | A través e una agencia | <input type="checkbox"/> |
|---------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
- 8. ¿Cómo calificaría la visita a la ciudad?**
- | | | | |
|-----------|--------------------------|--------|--------------------------|
| Excelente | <input type="checkbox"/> | Normal | <input type="checkbox"/> |
| Bien | <input type="checkbox"/> | Mala | |
- 9. ¿Recomendaría Ud. a sus amigos visitar la ciudad?**
- | | | | |
|--------------|--------------------------|----|--------------------------|
| SI | <input type="checkbox"/> | NO | <input type="checkbox"/> |
| Porque:..... | | | |

Anexo 2: Modelo encuesta turista extranjero



ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS EXTRANJEROS

**Escuela Superior Politécnica del Litoral
 Facultad de Ingeniería en Marítima, Ciencias Biológicas, Oceánicas y Recursos Naturales
 Licenciatura en Turismo**

**Estudio sobre el impacto turístico que ha recibido la ciudad de Quito al ser galardonada
 Destino Líder de Sudamérica en el 2013**

El propósito de la encuesta es recabar información que nos facilite a determinar el impacto que ha tenido la ciudad de Quito luego de haber recibido el galardón de Destino Líder de Sudamérica.

Género:
 Femenino Masculino

Edad:
 18 a 30 46 a 60
 31 a 45 Más de 60

Nacionalidad:.....

1. ¿Conoce sobre los World Travel Awards?
 SI NO

2. ¿Conoce sobre la designación de Quito como “Destino Líder de Sudamérica” otorgado por los WTA?
 SI NO

3. ¿Cómo se enteró sobre Quito?
 Internet Familiares/Amigos
 Documentales Ferias Internacionales
 Revistas Otros:.....

4. ¿Cuáles son los sitios que ha visitado en su estadía en la ciudad?

Centro Histórico	<input type="checkbox"/>	Panecillo	<input type="checkbox"/>
Mitad del Mundo	<input type="checkbox"/>	La Ronda	<input type="checkbox"/>
Teleférico	<input type="checkbox"/>	Plaza Foch	<input type="checkbox"/>
Museos	<input type="checkbox"/>	Otros especifique:.....	
Iglesias	<input type="checkbox"/>		

5. ¿Cuántos días se queda en la ciudad de Quito?

Una noche	<input type="checkbox"/>	Una semana	<input type="checkbox"/>
Dos noches	<input type="checkbox"/>	Un mes	<input type="checkbox"/>
Tres noches	<input type="checkbox"/>	Más de un mes	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cuál fue la principal motivación del viaje?

Visita a familiares o amigos	<input type="checkbox"/>	Negocios	<input type="checkbox"/>
Ocio, recreo, vacaciones	<input type="checkbox"/>	Estudios	<input type="checkbox"/>
Reuniones, congresos, conferencias	<input type="checkbox"/>	Otro:	

7. ¿Cuál es el gasto individual promedio por día en su visita?

\$20 a \$40	<input type="checkbox"/>	\$81 a \$100	<input type="checkbox"/>
\$41 a \$60	<input type="checkbox"/>	Más de \$100	<input type="checkbox"/>
\$61 a \$80	<input type="checkbox"/>		

8. ¿Cómo organizó su viaje?

Independiente	<input type="checkbox"/>	A través de una agencia	<input type="checkbox"/>
---------------	--------------------------	-------------------------	--------------------------

9. ¿Cómo calificaría la visita a la ciudad?

Excelente	<input type="checkbox"/>	Normal	<input type="checkbox"/>
Bien	<input type="checkbox"/>	Mala	<input type="checkbox"/>

10. ¿Recomendaría Ud. a sus amigos a visitar la ciudad?

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

Porque:.....

Anexo 3: Modelo encuesta residente



ENCUESTA DIRIGIDA A RESIDENTES

**Escuela Superior Politécnica del Litoral
 Facultad de Ingeniería en Marítima, Ciencias Biológicas, Oceánicas y Recursos Naturales
 Licenciatura en Turismo**

**Estudio sobre el impacto turístico que ha recibido la ciudad de Quito al ser galardonada
 Destino Líder de Sudamérica en el 2013**

El propósito de la encuesta es recabar información que nos facilite a determinar cuál ha sido el impacto que ha recibido la ciudad con respecto al turismo en los últimos 3 años.

Género:
 Femenino Masculino

Edad:
 18 a 30 46 a 60
 31 a 45 Más de 60

Nacionalidad:.....

1. **¿Conoce Ud. que Quito ganó el premio como Destino Líder de Sudamérica?**
 SI NO
2. **¿Visualiza el incremento de presencia de visitantes extranjeros en la ciudad?**
 SI NO
3. **¿Piensa que el turismo ha influenciado de manera positiva a la ciudad?**
 SI NO

Porque:.....

4. **¿Cuál de los cambios ha sido más notable para Ud.?**

Seguridad

Señalética

Iluminación

Ornato

Vialidad

Movilidad

5. **¿Su estilo de vida se ha visto beneficiada con el turismo?**

SI

NO

6. **¿Su costo de vida ha sufrido incremento por el turismo?**

SI

NO

Porque:.....

7. **¿Qué cree Ud. que hace falta para mejorar el turismo en esta ciudad?**

.....
.....
.....

.....
.....
.....

8. **Si tuviese todas las facilidades económicas, ¿Buscaría la opción de emprender un negocio relacionado al turismo?**

SI

NO

Cuál:.....

Anexo 4: Entrevista Quito Turismo
Ficha de Extracto de Entrevista
Patricio Gaybor / Director Técnico General
Carla Cardenas / Jefe de Promoción
Quito Turismo

Fecha: miércoles 28 de noviembre de 2014

Inicio de entrevista: 11:21

Lugar: Oficina Quito Turismo

Fin de entrevista: 12:41

Periodo: 5 años

Pregunta: ¿Qué es lo que diferencia a Quito de las demás ciudades?

Respuesta: Desde el ámbito turístico, Quito posee varios elementos que la diferencian de otras ciudades, el primero y principal es que es Capital del Ecuador, el segundo elemento es ser la Primer Ciudad Patrimonio de la Humanidad, y otro elemento sería que Quito se encuentra en la mitad del mundo que es algo que nos diferencia mucho y causa atracción. Además Quito es una ciudad no muy pequeña ni muy grande por lo cual es una ciudad manejable como destino turístico con atractivos naturales y culturales, por su ubicación geográfica también es centro de biodiversidad. Y finalmente Quito es una ciudad de migrantes con habitantes de diferentes ciudades y conjunción de gente otro elemento diferenciador importante.

Pregunta: ¿De acuerdo a su experiencia como ha evolucionado el turismo en Quito?

Respuesta: Quito turismo ha tenido varias estrategias en donde se ha dirigido a destinos importantes tanto en el exterior como a nivel nacional siendo Cuenca y Guayaquil nuestro mercado principal dentro del país y en el extranjero, Estados Unidos como mercado principal, Colombia, Alemania, España, Inglaterra, Brasil, Argentina y como destino cuenta con oficinas de representación donde se manejan varias estrategias enfocadas a la industria turística, y a la prensa para que pueda llegar al consumidor final. Todas estas acciones han

hecho que Quito vaya evolucionando y que el ingreso de turistas también ahora sea mayor. En el camino por evolucionar se vieron oportunidades como World Travel Awards, New 7 Wonders, en donde Quito turismo postuló a la ciudad cumpliendo con ciertos parámetros y finalmente el alcance con estos concursos nos han ido posicionando internacionalmente. Convirtiéndonos también en un referente nacional para otros destinos.

Pregunta: ¿Dificultades en el proceso de evolución de Quito?

Respuesta: Básicamente el 2009 fue un año complejo para Quito por la crisis económica mundial, pero a partir de eso en el 2011 hay un disparo el crecimiento, los premios y publicaciones ayudaron mucho y no nos hemos equivocado en las campañas y tiene mucho que ver en el crecimiento. Las proyecciones que tenemos sobre el crecimiento de Quito son bien conservadoras y creemos que la ciudad va a crecer en un 8% anual para en el 2018 llegar al millón del turista.

Pregunta: ¿Cuál fue el objetivo de la inscripción en los WTA?

Respuesta: En el 2011 tuvimos la idea de inscribirnos en estos premios, había empresas ecuatorianas que ya habían participado pero sin embargo había un poco de miedo de arriesgarnos y nos sentíamos en desventaja porque Rio había ganado por varios años. Decidimos entrar porque pensamos que podíamos usar estos premios como plataforma de publicidad, empezamos con campañas por redes sociales y no fue mayor inversión. El concurso puede ser cuestionado pero para nosotros es un mecanismo de promoción de bajo costo y de alto impacto.

Pregunta: ¿Por qué no otros premios que tal vez tienen más relevancia en la industria?

Respuesta: Para nosotros no es tan importante el premio si el concurso no es un mecanismo para difundir a la ciudad. Lo que nosotros hemos hecho es analizar qué tanta difusión hace el premio o el concurso. Vamos a seguir buscando concursos que nos permitan promocionar a la ciudad y la idea es cambiar las estrategias de promoción y poder usar los concursos como plataforma de promoción.

Pregunta: ¿Tienen algunas estrategias para llegar a otros países como destino líder de Sudamérica?

Respuesta: Claro, tenemos oficinas de representación en los diferentes mercados donde nos promocionamos y se mandan boletines de prensa con los logos de los premios de los World Travel Awards, hemos tenido aceptación en los diferentes mercados y de hecho han habido algunos artículos en la prensa internacional; con el nuevo aeropuerto y las nuevas rutas que llegan ya vamos teniendo alcance a nuevos destinos también. La presencia en ferias internacionales ha sido importante y las capacitaciones en el destino, agencias y tour operadores, la idea es presentar nuevos productos, también queremos que Quito se vea y se dé a conocer como un destino para congresos y eventos.

Pregunta: ¿Qué tipo de turista buscan atraer a Quito?

Respuesta: Buscamos atraer un tipo de turista bajo los atributos que posee Quito de los que hablamos inicialmente; en general los turistas ahora no solo se focalizan en una sola cosa, terminan de consumir diferentes tipos de turismo en una sola experiencia o en varias experiencias en un solo destino. Estamos haciendo enfoques en el turismo cultural y turismo religioso, el tema de aviturismo también es un segmento al que queremos llegar. Y básicamente el turismo urbano que es el verdadero tipo de turismo que está llegando a

Quito. Dentro de estas líneas de productos los principales mercados son Estados Unidos, Alemania, Canadá Inglaterra España y los regionales Colombia, Brasil, Argentina, Chile, México. Hay dos destinos importantes que queremos mejorar que son México y Brasil que son países grandes y latinoamericanos con realidades más cercanas a la nuestra y más amigable poder hacer promoción en esos destinos.

Pregunta: ¿Han visto resultados o un beneficio económico después de ganar los premios?

Respuesta: Sí ha habido un incremento de turistas desde el 2013 y por lo tanto genera un beneficio económico, el turismo le genera más de mil millones de dólares en turismo interno y receptivo a la ciudad, es el 4to generador de empleo en el DMQ y la actividad turística representa entre el 4 y 5 % del PIB. En Quito se encuentra la 3ra parte de los establecimientos turísticos del país. Se está evidenciando un incremento económico del 10% cada año, los premios si aportan a los incrementos y probablemente los WTA aportan con un 4% de ese incremento.

Pregunta: ¿Existen algunos parámetros para los nuevos inversionistas?

Respuesta: Lo que hemos hecho es generar interés en algunos inversionistas, y algunos cambios en la infraestructura que llama la atención al inversionista, hay nuevos hoteles cerca del aeropuerto, nuevas cadenas que van a llegar a la ciudad. Hay un esquema de acompañamiento del inversionista y en Quito turismo se acaba de abrir una agencia para que haya una asistencia técnica para el inversionista para facilitar un poco los trámites por los que tiene que pasar para poder invertir en la ciudad y se va trabajando poco a poco.

Pregunta: ¿Todas las zonas de Quito se han visto beneficiadas por el turismo?

Respuesta: El turismo tiene un efecto multiplicador y por lo tanto creo que muchas de las zonas de la ciudad se ven beneficiadas por el turismo, focalizándonos en la vocaciones turísticas específicas tenemos dos zonas turísticas que con el Centro histórico y la mariscal porque en esas zonas hay un alto flujo de turistas y hay un alto número de servicios turísticos y hay atractivos y recurso turísticos importantes, en el futuro si hay un plan de crear nuevas zonas turísticas que cumplan con ciertos parámetros, en el distrito hay varias zonas rurales donde se puede desarrollar turismo, sin embargo al hacer estudios sobre los lugares falta mucho infraestructura accesibilidad o sus recursos no son lo suficientemente atractivos para un mercado internacional sino para un turismo local.

Pregunta: El turismo ha ayudado a disminuir la problemática de la ciudad

Respuesta: El turismo si ha sido un generador de empleo, generador de ingresos, elevar el nivel socioeconómico de poblaciones, el turismo ha generado proceso de vinculación de poblaciones de clase media y baja en la actividad. En el tema de seguridad como ciudad grande hay problemas pero se ha trabajado en los sitios donde más hay afluencia de turistas.

Pregunta: ¿Han trabajado en la capacitación en cuanto al servicio al turista?

Respuesta: Claro, uno de los proyectos que tenemos es el distintivo Q que es un sello de calidad, y uno de los requisitos para obtenerlo es que el 10% de su personal haya entrado en el proceso de capacitación en las competencias laborales como hospitalidad, alimentos y bebidas, tour operación, estamos trabajando fuerte con el consejo provincial, Qualitur que es una corporación de certificación de personas, el próximo año el área de comunicación va a trabajar en campañas de sensibilización para que sean buenos anfitriones.

Pregunta: ¿Se han trazado metas para mejorar el Turismo en Quito?

Respuesta: Si, una de esas metas es el distintivo Q que tiene como meta tener el 10% del catastro turístico certificado en calidad, el programa de calidad tiene tres grandes proyectos que son el distintivo Q, capacitación en competencias laborales, y proyectos de asistencia técnica al sector turístico para mejora de calidad.

Pregunta: ¿cuál presupuesto dedicado para el sector turístico?

Respuesta: El presupuesto destinado para Quito Turismo es de 7 millones y el próximo año 8 millones, \$ 1'300.000 va destinado para gastos administrativos y el resto va destinado para los diferentes proyectos, promoción \$ 800.000, calidad \$ 300.000 y agencia de inversiones \$ 150.000 básicamente así está dividido el presupuesto. Aparte de eso el municipio designa que otras entidades tengan una inversión para turismo, por ejemplo la empresa de aseo municipal destina un poco más de presupuesto para hacer una mejor limpieza de los sitios donde se encuentra el turista.

Sector Hotelero**Anexo 5: Entrevista Hotel Quito****Ficha de Extracto de Entrevista
Sr. Jaime Palacios
Gerente de Recepción Hotel Quito****Fecha:** Miércoles 3 de diciembre de 2014**Inicio de entrevista:** 14:08**Lugar:** Hotel Quito**Fin de entrevista:** 14:15**Periodo:** 6 años

El hotel Quito lleva más de 50 años en el mercado, la mayoría de los huéspedes son corporativos, ya que vienen por negocio a la ciudad.

Pregunta: ¿Qué opina usted sobre los World Travel Awards y la obtención del título de Destino Líder de Sudamérica?

Respuesta: Es importante porque se da a conocer en todo el mundo, y esto ayuda a potenciar el mercado que llega a la ciudad y al país.

Pregunta: ¿Considera Ud. que la presencia de visitantes extranjeros en la ciudad se debe al mejor manejo del turismo por parte del municipio?

Respuesta: El Municipio a través de Quito Turismo ha realizado varias campañas que buscan posicionar a Quito como un destino turístico, un hecho muy importante es que Quito tiene el aeropuerto de entrada al país lo cual beneficia a la ciudad.

Pregunta: ¿El turismo ha sido positivo o negativo para la ciudad?

Respuesta: Es positivo, además gracias a su centro histórico y sus demás atractivos han logrado que la visita y la afluencia de los turistas año a año sea mayor.

Pregunta: ¿Considera que la ciudad ha tenido grandes cambios en los últimos años? ¿Cuál ha sido el más notable para Usted?

Respuesta: El cambio más notable que influye en la percepción de los turistas sobre la calidad que reciben, es que se han hecho varias campañas para mejorar todos los servicios, y enfocarse bastante en servicios de calidad y excelencia a los turistas. Enfoque hacia la calidad es lo más importante que ha cambiado dentro de la hotelería y el turismo en la ciudad.

Pregunta: ¿Económicamente es más rentable un negocio turístico ahora?

Respuesta: Depende del enfoque del negocio y de la calidad del producto que se venda; sin embargo considero que gracias a la afluencia mayoritaria de los turistas a la zona, si es rentable un negocio bien manejado con altos estándares y que esté enfocado a brindar un valor agregado.

Pregunta: ¿En qué facetas la ciudad debe cambiar para mostrar un mejor posicionamiento en el turismo?

Respuesta: El tema seguridad requiere un poco más de trabajo y es un esfuerzo que no solo compete a las personas relacionadas con el turismo, sino a toda la ciudadanía; por lo que esto da una mala imagen y frena al turista al momento de visitar un destino.

Pregunta: ¿Cuál ha sido el trabajo entre la empresa turística privada y los Gobiernos Locales?

Respuesta: El trabajo se ha llevado bastante en conjunto a través de la empresa del municipio que es Quito Turismo, el cual se ha preocupado en crear cursos, certificaciones para poder certificar a todos los establecimientos hoteleros en calidad a sus servicios. La

calidad de los servicios abarca todo, desde normas y procedimientos hasta medidas de salud, seguridad ocupacional y buscando el bienestar de los clientes.

El turismo en lo que respecta a ocupación hotelera no ha experimentado un gran aumento, sin embargo los índices de la ciudad si nos muestra que ha habido un incremento en el índice de ingreso a Quito. La ocupación hotelera ha mantenido porcentajes de un crecimiento muy leve, el primer semestre del año no hubo mayor variación, y partir de segundo trimestre hemos empezado a tener un repunte.

Anexo 6: Entrevista Hotel Radisson Royal**Ficha de Extracto de Entrevista
Carolina López
Recepcionista y Auditor Nocturno del Hotel Radisson Royal**

Fecha: Miércoles 3 de diciembre de 2014
Lugar: Hotel Radisson Royal Quito
Periodo: 3 años

Inicio de entrevista: 14:45
Fin de entrevista: 14:50

Su Target es corporativo, mercado actual Colombia y USA, mercado potencial se destaca presencia de japoneses.

Pregunta: ¿Qué opina usted sobre los WorldTravelAwards y la obtención del título de Destino Líder de Sudamérica?

Respuesta: Es un trabajo en conjunto y complejo, tanto de seguridad, como de marketing, promoción y cultura. Gracias a esto se da a conocer la historia de la ciudad, y los WTA destacan la organización en base a la promoción que se da en la actualidad a Quito.

Pregunta: ¿Considera Ud. que la presencia de visitantes extranjeros en la ciudad se debe al mejor manejo del turismo por parte del municipio?

Respuesta: En parte si, pero se debe a un trabajo en conjunto por parte del Ministerio de Turismo en el hecho de tener ferias internacionales promocionando al país y la capital.

Pregunta: ¿El turismo ha sido positivo o negativo para la ciudad?

Respuesta: Totalmente positivo, el turismo jamás llegará a ser algo negativo dentro del desarrollo económico y potencial de un país.

Pregunta: ¿Considera que la ciudad ha tenido grandes cambios en los últimos años? ¿Cuál ha sido el más notable para Usted?

Respuesta: Varios cambios, entre ellos los de movilidad siendo estos los de apertura de nuevas carreteras de acceso a la ciudad como a los valles, que permite que la gente se movilizara de mejor manera a los distintos atractivos de la zona.

Pregunta: ¿Económicamente es más rentable un negocio turístico ahora?

Respuesta: No solo económicamente, es más rentable en el sentido si es que usted tiene la capacitación y la experiencia. No puede ser algo empírico, tiene que ser algo de calidad para que tenga potencial.

Pregunta: ¿En qué facetas la ciudad debe cambiar para mostrar un mejor posicionamiento en el turismo?

Respuesta: Seguridad al turista y servicio al cliente. Falta capacitación en zonas como restauración y hotelería.

Pregunta: ¿Cuál ha sido el trabajo entre la empresa turística privada y los Gobiernos Locales?

Respuesta: Los de responsabilidad social que cada empresa debe tener, en donde a través del turismo un porcentaje de sus ganancias y/o utilidades se los reparte para trabajo social.

Anexo 7: Entrevista Hotel Reina Victoria**Ficha de Extracto de Entrevista****Alex Jacho****Supervisor de ventas, evento y reservaciones Hotel Reina Victoria**

Fecha: Miércoles 3 de diciembre de 2014 **Inicio de entrevista:** 15:47
Lugar: Hotel Reina Victoria Quito **Fin de entrevista:** 15:51
Periodo: 1 año y medio

El mercado es familiar, corporativo y un poco de aventura. El hotel tiene 12 años, se nota más presencia de extranjeros de diferentes países, no solo el americano o canadiense.

Pregunta: ¿Qué opina usted sobre los World Travel Awards y la obtención del título de Destino Líder de Sudamérica?

Respuesta: Es un nombramiento muy importante, porque nos da a conocer a nivel mundial, y ha ayudado mucho al impulso de la ciudad.

Pregunta: ¿Considera Ud. que la presencia de visitantes extranjeros en la ciudad se debe al mejor manejo del turismo por parte del municipio?

Respuesta: Es mancomunado, un trabajo entre la entidad privada y la entidad pública, porque el municipio hace muchas propagandas pero también se utiliza mucho la infraestructura que ha puesto la empresa privada.

Pregunta: ¿El turismo ha sido positivo o negativo para la ciudad?

Respuesta: Positivo, siempre y cuando esté bien dirigido y tenga las reglas claras del servicio.

Pregunta: ¿Considera que la ciudad ha tenido grandes cambios en los últimos años? ¿Cuál ha sido el más notable para Usted?

Respuesta: Lo más notable es el aeropuerto de Tababela, que ha hecho que la ciudad se vuelva más organizada, otro cambio importante también ha sido utilizar los espacios públicos que antes no se usaban, por ejemplo el antiguo hospital militar que ahora es un museo o el antiguo aeropuerto que ahora es un parque.

Pregunta: ¿Económicamente es más rentable un negocio turístico ahora?

Respuesta: Sí, con el incremento de turistas a la ciudad si es rentable

Pregunta: ¿En qué facetas la ciudad debe cambiar para mostrar un mejor posicionamiento en el turismo?

Respuesta: En el orden y la seguridad.

Pregunta: ¿Cuál ha sido el trabajo entre la empresa turística privada y los Gobiernos Locales?

Respuesta: El trabajo se ha hecho por separado en las instituciones pero al final han originado un buen resultado para que la ciudad ofrezca mejores servicios para el turista.

Anexo 8: Entrevista Hotel Swissotel**Ficha de Extracto de Entrevista****Yamil Bermeo****Asistente de la Dirección de ventas y marketing Hotel Swissotel****Fecha:** Martes 9 de diciembre de 2014**Inicio de entrevista:** 15:52**Lugar:** Hotel Swissotel Quito**Fin de entrevista:** 16:07

El hotel tiene dos segmentos corporativo y turismo, también maneja el Hotel Boutique Plaza Grande ubicado en el centro.

Pregunta: ¿Qué opina usted sobre los World Travel Awards y la obtención del título de Destino Líder de Sudamérica?

Respuesta: Si ha favorecido en el hecho del aumento de turistas a la ciudad, ha beneficiado mucho a la ciudad y al sector turístico, pero no ha beneficiado en gran cantidad a los hoteles de 5 estrellas sin embargo si ha tenido su proporción de ingreso mayor.

Pregunta: ¿Considera Ud. que la presencia de visitantes extranjeros en la ciudad se debe al mejor manejo del turismo por parte del municipio?

Respuesta: El municipio trabaja con Quito Turismo para mejorar el ámbito turístico y gastronómico y que pueda beneficiar a la ciudad, la cual ha dado mucho apoyo.

Pregunta: ¿El turismo ha sido positivo o negativo para la ciudad?

Respuesta: Positivo en todo sentido, porque no solo ha mejorado las plazas de trabajo; sino que la ciudad ha tenido una transformación, se han arreglado calles, plazas, se han incrementado lugares para poder visitar.

Pregunta: ¿Considera que la ciudad ha tenido grandes cambios en los últimos años? ¿Cuál ha sido el más notable para Usted?

Respuesta: El gran cambio se está dando actualmente, por lo que el país se está manejando como una potencia turística, los visitantes hacen su arribo directamente en la ciudad de Quito, por ser puerta de entrada al país.

Pregunta: ¿Económicamente es más rentable un negocio turístico ahora?

Respuesta: Sí, por el incremento de personas. De hecho ha habido un incremento notable en las plazas de alojamiento. En el centro histórico se puede encontrar numerosos hoteles pequeños que son más históricos-coloniales y la gente decide ir por su cercanía con los atractivos.

Pregunta: ¿En qué facetas la ciudad debe cambiar para mostrar un mejor posicionamiento en el turismo?

Respuesta: No creo que deba cambiar, sino mejorar, arreglar más plazas, más parques, calles, incrementar más lugares de entretenimiento y sobretodo cuidar y mantener lo que tenemos actualmente. Hoy en día tenemos la Ruta Viva que es una vía de acceso desde el sur de la ciudad al aeropuerto, lo cual mejora la transportación. Y la inseguridad también es un poco difícil de eliminar, pero debe haber planes de acción de seguridad para los turistas o plan de concientización.

Pregunta: ¿Cuál ha sido el trabajo entre la empresa turística privada y los Gobiernos Locales?

Respuesta: El gobierno local ha ayudado mucho, a través del gobierno central, municipio y Quito Turismo; otra entidad gubernamental que siempre ayuda a mejorar la ciudad, es el consejo provincial el cual es el encargado de arreglar las partes que rodean la ciudad.

Anexo 9: Hotel Marriott**Ficha de Extracto de Entrevista
Patricia Ferrin
Directora de ventas Hotel Marriott**

Fecha: Lunes 22 de diciembre de 2014
Lugar: Hotel Marriott Quito
Periodo: 15 años

Inicio de entrevista: 16:10
Fin de entrevista: 16:23

Pregunta: ¿Qué opina usted sobre los World Travel Awards y la obtención del título de Destino Líder de Sudamérica?

Respuesta: Es un buen manejo por parte del Ministerio de Turismo, lo cual nos coloca en un buen posicionamiento y trae ventajas para la inversión extranjera.

Pregunta: ¿Considera Ud. que la presencia de visitantes extranjeros en la ciudad se debe al mejor manejo del turismo por parte del municipio?

Respuesta: No, por parte del estado no ha habido una política de continuación, no se ha realizado un seguimiento que asegure que se están realizando bien las cosas. También falta apoyo del buró de convenciones.

Pregunta: ¿El turismo ha sido positivo o negativo para la ciudad?

Respuesta: Positivo

Pregunta: ¿Considera que la ciudad ha tenido grandes cambios en los últimos años? ¿Cuál ha sido el más notable para Usted?

Respuesta: Se ha incentivado el turismo de congresos y convenciones, se han instalado más centros de reuniones, se ha dado capacitación de atención al cliente para el turismo de lujo.

Pregunta: ¿Económicamente es más rentable un negocio turístico ahora?

Respuesta: No, por las nuevas leyes de contratación del personal, esto encarece el producto.

Pregunta: ¿En qué facetas la ciudad debe cambiar para mostrar un mejor posicionamiento en el turismo?

Respuesta: Seguridad, servicio al cliente, limpieza, ornamentación, transporte.

Pregunta: ¿Cuál ha sido el trabajo entre la empresa turística privada y los Gobiernos Locales?

Respuesta: Falta mucho por hacer, no se ha realizado un seguimiento, los Gad's hacen competencia con la empresa privada y no llegan a un mutuo acuerdo. Y esto puede perjudicar a la ciudad.

Sector Intermediario**Anexo 10: Entrevista Metropolitan Touring****Ficha de Extracto de Entrevista****Adriana Rivas****Ejecutiva de Comunicación Tour Operadora Metropolitan Touring****Fecha:** Martes 9 de diciembre de 2014**Inicio de entrevista:** 12:23**Lugar:** Tour Operadora Metropolitan Touring**Fin de entrevista:** 12:28**Periodo:** 7 años

Metropolitan maneja mucho lo que es prensa, tienen cliente de ingresos medio, medio alto.

Venden bastante el paquete “Live Quito like a local”, y manejan el hotel Casa Gangotena.

Pregunta: ¿Qué opina usted sobre los WorldTravelAwards y la obtención del título de Destino Líder de Sudamérica?

Respuesta: Una buena oportunidad para que Quito se de a conocer, un buen reconocimiento que potencializa como destino turístico a la ciudad.

Pregunta: ¿Considera Ud. que la presencia de visitantes extranjeros en la ciudad se debe al mejor manejo del turismo por parte del municipio?

Respuesta: No se si sea por parte del Municipio, pero se ha hecho una buena campaña. En conjunto con Quito Turismo, el ministerio, las agencias y operadoras se ha logrado un buen trabajo.

Pregunta: ¿El turismo ha sido positivo o negativo para la ciudad?

Respuesta: Positivo, los turistas se quedan más noches en la ciudad.

Pregunta: ¿Considera que la ciudad ha tenido grandes cambios en los últimos años? ¿Cuál ha sido el más notable para Usted?

Respuesta: La limpieza en el centro histórico, la seguridad por parte de la policía metropolitana, no se ven muchos vendedores ambulantes y la creación de los BBB que son los centros comerciales del ahorro.

Pregunta: ¿Económicamente es más rentable un negocio turístico ahora?

Respuesta: Tal vez sí, el turismo ha crecido pero hay que saber enfocar el negocio y conocer su target.

Pregunta: ¿En qué facetas la ciudad debe cambiar para mostrar un mejor posicionamiento en el turismo?

Respuesta: Más seguridad, mejor transportación porque existe mucho tráfico.

Pregunta: ¿Cuál ha sido el trabajo entre la empresa turística privada y los Gobiernos Locales?

Respuesta: No se mucho al respecto, pero nosotros trabajamos en conjunto con Quito Turismo y el ministerio de turismo.

Anexo 11: Entrevista Ecuadorian Tours**Ficha de Extracto de Entrevista
Victoria Rodríguez
Destination Consultant Agencia de Viajes Ecuadorian Tours****Fecha:** Lunes 22 de diciembre de 2014**Inicio de entrevista:** 15:16**Lugar:** Agencia de Viajes Ecuadorian Tours**Fin de entrevista:** 15:23**Periodo:** 20 años

Pregunta: ¿Qué opina usted sobre los World Travel Awards y la obtención del título de Destino Líder de Sudamérica?

Respuesta: Quito ha ganado varios reconocimientos gracias a la gestión que ha realizado Quito Turismo y el Ministerio de Turismo, es importante obtener este tipo de premios, porque colocan a Quito en el mapa mundial como destino turístico.

Pregunta: ¿Considera Ud. que la presencia de visitantes extranjeros en la ciudad se debe al mejor manejo del turismo por parte del municipio?

Respuesta: Si, Quito Turismo ha aportado mucho para incentivar el turismo en la ciudad, cuentan con información valiosa en su página web para que el turista pueda organizar su viaje. Hay que tener en cuenta que hay distintos tipos de turistas, los que vienen por su cuenta y los que vienen a través de una agencia.

Pregunta: ¿El turismo ha sido positivo o negativo para la ciudad?

Respuesta: Es muy positivo, porque abre muchas fuentes de trabajo y se combina con la conservación del patrimonio.

Pregunta: ¿Considera que la ciudad ha tenido grandes cambios en los últimos años? ¿Cuál ha sido el más notable para Usted?

Respuesta: En la alcaldía de Paco Moncayo se hizo uno de los planes más importantes en el centro histórico, que fue recuperar el centro de todas las ventas ambulantes, en general la empresa metropolitana de Quito Turismo ha establecido varios parámetros y ha creado varios planes para mejorar el turismo. Uno de los cambios drásticos que ha habido últimamente, es el aeropuerto que ha generado un impacto por la distancia que hay entre la ciudad y el lugar.

Pregunta: ¿Económicamente es más rentable un negocio turístico ahora?

Respuesta: Sí, es importante la inversión de entidades inmiscuidas en la actividad.

Pregunta: ¿En qué facetas la ciudad debe cambiar para mostrar un mejor posicionamiento en el turismo?

Respuesta: Lo que ha generado un poco de inconveniente son las rutas hacia el aeropuerto y también la acomodación en los alrededores del aeropuerto, pero ya se está trabajando en ello.

Pregunta: ¿Cuál ha sido el trabajo entre la empresa turística privada y los Gobiernos Locales?

Respuesta: Hay una relación estrecha entre lo que es la empresa privada y Quito Turismo, la promoción está a cargo de la empresa metropolitana. Quito Turismo está siempre abierto a trabajar con la empresa privada y facilitar material promocional.

Anexo 12: Entrevista Tierra de Fuego**Ficha de Extracto de Entrevista
Jorge Trujillo
Counter Ventas Agencia de Viajes Tierra de Fuego****Fecha:** Lunes 22 de diciembre de 2014**Inicio de entrevista:** 15:42**Lugar:** Agencia de Viajes Tierra de Fuego**Fin de entrevista:** 15:48**Periodo:** 5 años

Pregunta: ¿Qué opina usted sobre los World Travel Awards y la obtención del título de Destino Líder de Sudamérica?

Respuesta: Es una manera en donde el Ecuador se hace conocer y es importante para el ámbito turístico.

Pregunta: ¿Considera Ud. que la presencia de visitantes extranjeros en la ciudad se debe al mejor manejo del turismo por parte del municipio?

Respuesta: Depende de la temporada, porque estos meses no ha habido mucha afluencia de turistas como en los otros años. La campaña que lanzaron los del Ministerio de Turismo para promocionar Ecuador es muy buena y se espera ver resultados a largo plazo

Pregunta: ¿El turismo ha sido positivo o negativo para la ciudad?

Respuesta: Positivo

Pregunta: ¿Considera que la ciudad ha tenido grandes cambios en los últimos años? ¿Cuál ha sido el más notable para Usted?

Respuesta: Seguridad, quitar el cableado eléctrico para mejorar la vista panorámica de la ciudad y no haya tantos cables regados por ahí.

Pregunta: ¿Económicamente es más rentable un negocio turístico ahora?

Respuesta: Creo que no, porque hay muchas mas competencia que antes y hay nuevas reversiones, que a la larga puede afectar a bastantes empresas que no entiendan bien el manejo de las leyes.

Pregunta: ¿En qué facetas la ciudad debe cambiar para mostrar un mejor posicionamiento en el turismo?

Respuesta: No creo que se necesite hacer mayor cambio.

Pregunta: ¿Cuál ha sido el trabajo entre la empresa turística privada y los Gobiernos Locales?

Respuesta: Con las nuevas leyes que han sacado, de cierto modo han llegado a perjudicar el sector privado. Por ejemplo el transporte, no quieren dar el cupo a ciertas empresas para que tengan su propio carro y puedan salir con turistas de ciertos puntos a otros puntos, van a incrementar los valores de los tours porque están pidiendo un chofer y un guía y esto es un aumento de costos. Y creo que no ha habido un trabajo en conjunto entre empresa privada y gobierno.

Anexo 13: Fotos



Premio otorgado a Quito bajo la designación Destino Líder de Sudamérica



Encuestas realizadas en Quito

BIBLIOGRAFÍA

1. Achig, L. (1983). *El proceso urbano en Quito. Ensayo de interpretación*. Quito
2. Aguilar, P et. Al. (1992). *Enfoques y estudios históricos. Quito a través de la historia*. Municipio de Quito: Junta de Andalucía.
3. Álvarez, Jorge (2009). *Propuesta para la creación de una red de rutas visitables en la ciudad de Quito*. (Tesis de Pregrado). Quito: Universidad Técnica Equinoccial.
4. Anton, S., & González, F. (2011). *Planificación Territorial del Turismo*. Barcelona: UOC.
5. Aspiazu, P y Tamayo, L. (1977). *La conquista De América y los Andes Septentrionales*. En *“Geografía e Historia el Ecuador*. Madrid: Editorial Cultural S.A
6. Ayala, E. (1998). *Resumen de la historia del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional.
7. Boullón, R. (1985). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.
8. Chan, N. (1994). *Circuitos Turísticos. Programación y Cotización*. Temas de Turismo 2da. Ed. Argentina.
9. Lara, J (1980). Dirección Científica. *Ecuador Rasgos Geográficos en Historia del Ecuador*. Vol.1. Quito: Salvat Editores Ecuatoriana, S.A.
10. Martín, R. (1985). *Arte y Sociedad en el Siglo XX en el Ecuador. En Historia del Arte Ecuatoriano. Tomo 4*. España: Gráficas Estrella S.A

11. Mercé, G y Gallegos, J. (2011). *Iglesia y Convento de San Francisco. Una historia para el futuro*. Quito: Tribal
12. Palafox, A. (2005). *Turismo/Tourism: Teoría y praxis/Theory and Praxis*. Cozumel, México. UQROO.
13. Quesada, R. (2006). *Elementos del turismo*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
14. Quintero, J. (2004). *Los Impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible*. En *Anales de Museo de América*. Madrid
15. Salinas, Marco (2012). *Plan de seguridad turística para el Distrito Metropolitano de Quito*. (Tesis de Pregrado). Quito: Escuela Superior Politécnica del Ejercito

BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA

1. Arribo de turistas a Ecuador aumenta en un 14.5%. (2014). *TrafficNews.ec*. Recuperado de:
<http://www.trafficnews.ec/arribo-de-turistas-ecuador-aumenta/>
2. Calificación positiva para el sector turístico-Así fue el 2012. (1 de enero de 2013). *La Hora*. Recuperado de:
http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101444747/-1/Calificaci%C3%B3n_positiva_para_el_sector_tur%C3%ADstico_-_As%C3%AD_fue_el_2012.html#.VPPw43yG-Xp
3. Ciudad de México, Sao Paulo, Buenos Aires y Lima, las más visitadas de Latinoamérica. (28 de mayo de 2013). *Caribbean News Digital*. Recuperado de:
<http://www.caribbeannewsdigital.com/noticia/ciudad-de-mexico-sao-paulo-buenos-aires-y-lima-las-mas-visitadas-de-latinoamerica>

4. Coordinación General de Estadística e Investigación (2014). *Principales Indicadores de Turismo*. Boletín Diciembre 2014. Vol. Número 12. Ministerio de Turismo. Recuperado de:
<http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Boletin-diciembre-2014.compressed.pdf>
5. El Mintur pone a disposición puntos de información turística en Quito. (12 de febrero de 2015). *Ministerio de turismo*. Recuperado de:
<http://www.turismo.gob.ec/author/turismo/page/3/>
6. El turismo es la cuarta fuente de ingreso de divisas no petroleras en Ecuador. (13 de marzo de 2014). *Agencia pública de Noticias del Ecuador y Suramérica ANDES*. Recuperado de:
<http://www.andes.info.ec/es/noticias/turismo-es-cuarta-fuente-ingreso-divisas-no-petroleras-ecuador.html>
7. Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito Turismo. (2013). *Sistema Institucional de Indicadores Turísticos*. Recuperado de:
<http://www.quitoturismo.gob.ec/phocadownload/EstadisticasUIO/Quitoencifras/quito-en-cifras-2013.pdf>
8. Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito Turismo. (septiembre 2013). *Caracterización del turismo receptor en el DMQ N°3*. Quito.
9. Historia de los World Travel Awards
<http://www.worldtravelawards.com/>
10. Más extranjeros llegan a Ecuador en enero, junio, julio y diciembre. (28 de marzo de 2014). *EL COMERCIO*. Recuperado de:
<http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/ecuador/mas-extranjeros-llegan-a-ecuador.html>
11. Ministra Naranjo: El turismo es el segundo generador de empleo en el país. (18 de noviembre de 2014). *Ministerio de Turismo*. Recuperado de:
<http://www.turismo.gob.ec/author/turismo/page/21/>
12. MINTUR efectúa operativos para controlar a guías turísticos informales. (28 de junio de 2013). *Ministerio de Turismo*. Recuperado de:

<http://www.turismo.gob.ec/mintur-efectua-operativos-para-controlar-a-guias-turisticos-informales/>

13. PLANDETUR, Resumen Ejecutivo (2007). *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible en el Ecuador Hacia el año 2020*. Ministerio de turismo. Quito. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
14. Quito desplaza a Guayaquil en volumen empresarial y se convierte en la nueva capital económica de Ecuador. (21 de febrero de 2014). *Agencia pública de Noticias del Ecuador y Suramérica ANDES*. Recuperado de: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/quito-desplaza-guayaquil-volumen-empresarial-convierte-nueva-capital-economica-ecuador.ht-0>
15. Quito, destino líder de turismo en Sudamérica. (11 de agosto de 2014). *El Universo*. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/08/11/nota/3373171/quito-destino-lider-turismo>
16. Quito mantiene una agenda firme para atraer inversiones en turismo. (13 de diciembre de 2013). *Revista TransPort*. Recuperado de: <http://transport.ec/entrevistas/quito-mantiene-una-agenda-firme-para-atraer-inversiones-en-turismo/>
17. Quito, destino líder de turismo en Sudamérica. (11 de agosto de 2014). *El Universo*. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/08/11/nota/3373171/quito-destino-lider-turismo>
18. Quito recibirá una inversión de USD 22 millones con el proyecto Holiday Inn Quito Airport. (13 de noviembre de 2014). *Ministerio de Turismo*. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/author/turismo/page/21/>
19. Quito, una ciudad de visita obligada según la revista latina. (18 de noviembre de 2014). *Ministerio de Turismo*. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/author/turismo/page/21/>

20. Quito, una de las 10 ciudades para visitar el 2015 según el portal The Daily Beast. (9 de enero de 2015). *Ministerio de Turismo*. Recuperado de:
<http://www.turismo.gob.ec/author/turismo/page/9/>
21. Reglas técnicas mejoran la calidad de los servicios turísticos. (15 de enero de 2015). *Quito Turismo*. Recuperado de:
<http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/noticias/512-enero-2015>
22. Rutas turísticas potencian atractivos del DMQ. (27 de enero de 2015). *Quito Turismo*. Recuperado de:
<http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/noticias/512-enero-2015>
23. Servidores turísticos recibieron su certificado de Competencias Laborales en Quito. (29 de noviembre de 2014). *Ministerio de Turismo*. Recuperado de:
<http://www.turismo.gob.ec/author/turismo/page/17/>
24. Solís, Tania (2011). *Desarrollo del turismo urbano en la ciudad de Cuenca*. (Tesis de Pregrado). Cuenca: Universidad de Cuenca. Recuperado de:
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1691/1/tur50.pdf>
25. Turismo en Quito se incrementó 8.5% en el 2014. (7 de enero de 2015). *Quito Turismo*. Recuperado de:
<http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/noticias/512-enero-2015>
26. Unión Europea (2013). *Herramienta del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos para destinos sostenibles*. Recuperado de:
http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/documents_indicators/eu_toolkit_indicators_es.pdf
27. 2014, año clave para potenciar el turismo. (10 de marzo de 2014). *El Telégrafo*. Recuperado de :
<http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/2014-ano-clave-para-potenciar-el-turismo.html>